

**PENGEMASAN PRODUK UMKM TERHADAP KELOMPOK
PEMBERDAYAAN KESEJAHTERAAN KELUARGA
(PKK) DI DESA LOKASI BARU KECAMATAN
SUKARAJA KABUPATEN SELUMA**

Rahmi Yuristia, Irnad, Andi Irawan

Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu
rahmiyuristia@unib.ac.id

Abstract

The people of Desa Baru Village have long experienced the small business of making cassava chips, rendang lokan, or traditional pastries made from local food plants. However, their business is currently constrained in product marketing and has yet to market breadth. The limited marketing of these products is a problem for businesses because their packaging is still packaged in plastic, and they do not yet have marketing attributes.

The training for packaging business products was carried out in Location Baru Village, Air Periukan District, Seluma Regency, Bengkulu Province. This activity was carried out for three months, August - October 2022. Two main activities were carried out, namely education on the importance of packaging in marketing a product according to the standards desired by the market. In addition, training and guidance are also provided to package the product so that it has an attractive appearance and can extend product life and expand market segments.

This community service is carried out according to a plan to help members of the Family Welfare Empowerment (PKK) to increase their knowledge and skills in product packaging according to market demand. Participants were enthusiastic and actively participated in all stages of the activity, from socialization (counseling) about packaging materials to training activities for making product packaging designs orderly. Through this dedication, the service team also encourages Bengkulu University to participate in improving the community's economy and increasing the economic potential of superior regional products.

Keywords: Packaging product, traditional food, Lokasi Baru.

Abstrak

Usaha kecil pembuatan keripik singkong, rendang lokan atau makanan kue kering tradisional berbahan baku tanaman pangan lokal sudah lama diusahakan masyarakat Desa Lokasi Baru. Tapi saat ini usaha mereka terkendala dalam pemasaran produk dan belum luasnya pemasaran. Terbatasnya pemasaran hasil produk ini menjadi masalah bagi pelaku usaha karena kemasan produk mereka masih dikemas dengan plastic biasa dan belum ada atribut pemasarannya. Pengabdian Pelatihan pengemasan produk usaha ini dilaksanakan di Desa Lokasi Baru Kecamatan Air Periukan Kabupaten Seluma Provinsi Bengkulu. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu Agustus - Oktober 2022 dimana ada 2 kegiatan utama yang dilakukan yaitu edukasi akan pentingnya pengemasan dalam pemasaran suatu produk sesuai standar yang diinginkan oleh pasar. Selain itu juga diberikan pelatihan dan bimbingan untuk dapat mengemas produknya sehingga memiliki tampilan yang menarik dan juga dapat memperpanjang umur produk dan memperluas segmen pasar. Pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sesuai dengan rencana untuk membantu masyarakat yang tergabung dalam Pemberdayaan Kesejahteraan keluarga (PKK) untuk dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam pengemasan produk sesuai permintaan pasar. Peserta sangat antusias dan berpartisipasi aktif mengikuti seluruh tahapan kegiatan mulai dari sosialisasi (penyuluhan) tentang materi pengemasan sampai kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan produk dengan tertib. Melalui pengabdian ini tim pengabdian juga mendorong Universitas Bengkulu dapat berperan serta dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan meningkatkan potensi ekonomi produk unggulan daerah.

Kata kunci: pengemasan produk, makanan tradisional, Lokasi Baru.

PENDAHULUAN

Teknologi pembuatan produk selalu berkembang, dimulai dengan proses yang lebih kompleks (tradisional) dan diakhiri dengan proses yang lebih canggih. Saat ini, penjualan produk tertentu merupakan satu-satunya faktor terpenting dalam menjalankan bisnis. Selain berfungsi sebagai penghalang terhadap bahaya, kemasan juga berfungsi sebagai metrik estetika yang berfungsi sebagai pembenaran mengapa orang memilih untuk membeli atau menggunakan produk tersebut.

Menggunakan teknik pengemasan yang aman dan andal sangat penting saat menangani produk makanan apa pun. Namun, tidak semua produsen bisa menerapkannya, seperti yang ditunjukkan oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Saat ini, kelangkaan produk menjadi kendala utama bagi para pelaku bisnis, khususnya yang menjalankan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Masalah tentang pengemasan produk mungkin penting untuk pertumbuhan bisnis atau informasi penting untuk industri tertentu. Teknologi pengemasan produk terus berkembang dari waktu ke waktu dari mulai proses pengemasan yang sederhana (tradisional) hingga pengemasan yang sifatnya modern. Sekarang ini, pengemasan suatu produk merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan dunia usaha. Selain sebagai alat pelindung dari kerusakan, kemasan juga berfungsi sebagai nilai estetika yang menjadikan alasan mengapa orang memilih atau membeli produk tersebut.

Desa Lokasi Baru merupakan sebuah desa pertanian yang memiliki banyak potensi sumber daya alam yang

dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan masyarakatnya. Salah satu potensi yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan adalah produksi keripik singkong, rending lokan, dan kue kering tradisional. Desa Lokasi Baru terletak di Kecamatan Air Periukan, Kabupaten Seluma, Provinsi Bengkulu, di bagian Barat Pulau Sumatera, sebelah barat Bukit Barisan. Luas wilayahnya mencapai 543,09 hektar, dimana sekitar 80% daratannya dimanfaatkan sebagai lahan pertanian, sedangkan 14% digunakan sebagai perumahan masyarakat desa (SRPJM Desa Lokasi Baru, 2017).

Menurut survei awal yang dilakukan, usaha keripik singkong, rendang lokan, dan kue kering tradisional di Desa Lokasi Baru sudah lama dilakukan oleh masyarakat setempat. Namun, produksinya masih terbatas bahkan cenderung menurun. Hal ini disebabkan karena pemasaran produk-produk tersebut tidak berkembang, terutama karena kemasan produk masih sederhana sehingga kurang diminati oleh pasar dan kalah bersaing dengan produk sejenis. Terbatasnya pemasaran ini menjadi masalah besar bagi petani untuk tetap memproduksi hasil usahanya.

Setelah melakukan diskusi dengan pelaku UMKM yang tergabung dalam kelompok PKK, ternyata banyak persoalan yang muncul ketika suatu usaha ingin memiliki kemasan produk yang baik, berkualitas, dan memenuhi standar nasional yang ada. Beberapa persoalan yang sering dihadapi adalah bahan pengemas, desain bentuk kemasan, desain label, dan biaya pengemasan. Padahal, jika usaha kecil

di Desa Lokasi Baru dapat dikembangkan menjadi produk unggulan daerah yang bernilai ekonomi tinggi. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk meningkatkan kualitas kemasan produk-produk tersebut agar dapat menarik minat pasar dan bersaing dengan produk-produk sejenis.

Bagi para pelaku UMKM, keterbatasan modal usaha dapat menjadi kendala dalam menangani permasalahan kemasan produk. Namun, kreativitas dapat menjadi solusi untuk mengatasi hal tersebut. Sebuah kemasan yang dirancang dengan baik, baik dari segi bentuk maupun desain labelnya, dapat menciptakan kemasan yang menarik dan tidak kalah bersaing dengan kemasan-kemasan modern. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2020 terdapat sekitar 64.2 juta UMKM di Indonesia. Namun, hanya 1,6 persen UMKM yang memiliki sertifikat halal dan hanya 0,7 persen yang memiliki merek dagang (Kompas.com, 2021). Masalah seperti bahan pengemasan, desain bentuk kemasan, desain label, dan biaya pengemasan seringkali menjadi hambatan bagi pelaku UMKM untuk memenuhi standar nasional dalam produksi kemasan produk. Untuk mengatasi masalah tersebut, pelaku UMKM dapat mencari alternatif bahan pengemasan yang lebih murah, seperti kertas atau kardus, dan merancang desain kemasan yang menarik dengan bantuan software desain grafis. Pelaku UMKM juga dapat memanfaatkan layanan cetak online yang murah dan mudah diakses untuk mencetak kemasan produk mereka. Sebuah studi oleh Hidayat dan Kartini (2021) menunjukkan bahwa kemasan produk yang menarik dan berkualitas dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan membantu penjualan produk. Selain itu, sebuah artikel di Forbes (2019) juga

menyarankan bahwa kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan citra merek dan membuat produk lebih mudah diingat oleh konsumen. Dalam mengembangkan produk unggulan daerah, pelaku UMKM di Desa Lokasi Baru dapat mengadopsi strategi pemasaran melalui media sosial dan e-commerce. Menurut data dari APJII (2021), pada tahun 2020 terdapat 196,7 juta pengguna internet di Indonesia dan 48,4 persen dari total pengguna internet di Indonesia memanfaatkan internet untuk berbelanja. Hal ini menunjukkan bahwa peluang bisnis online semakin besar dan dapat dimanfaatkan oleh pelaku UMKM untuk memperluas pasar mereka.

Peningkatan pengetahuan akan pengemasan hasil olahan tidak mungkin lagi dilakukan oleh kelompok usaha tanpa dukungan dari berbagai pihak seperti pemerintah daerah dan perguruan tinggi melalui penelitian dan pengabdian masyarakat. Persoalan yang dihadapi mitra untuk terus memproduksi keripik singkong, rending lokan dan kue kering tradisional harus segera diatasi dan dicarikan jalan keluarnya. Beberapa hal yang perlu menjadi perhatian dalam produksi makanan tradisional di Lokasi Baru adalah:

1. Belum adanya kegiatan pembimbingan kepada masyarakat terkait pentingnya Pengemasan produk makanan di desa Lokasi Baru.
2. Harga jual yang sangat rendah, menurunnya permintaan pasar membuat masyarakat tidak semangat untuk mengembangkan usahanya.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini secara umum adalah untuk dapat meningkatkan nilai ekonomi dari

produk lokal desa Lokasi Baru sesuai standar yang diinginkan oleh pasar. Melalui pengabdian ini tim pengabdian juga mendorong Universitas Bengkulu dapat berperan serta dalam meningkatkan perekonomian masyarakat dan meningkatkan potensi ekonomi produk unggulan daerah.

METODE

Melihat permasalahan yang dihadapi mitra di Desa Lokasi Baru, maka Tim pengabdian melakukan kegiatan pengabdian masyarakat yaitu Kegiatan pengenalan dan penerapan teknologi pengemasan produk makanan. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan tim untuk memecahkan dan mengatasi masalah yang dihadapi mitra adalah sebagai berikut:

1. Observasi dan Pendataan

Tim melakukan observasi dan wawancara mengenai kondisi pelaku usaha makanan tradisional yang tergabung dalam Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di Desa Lokasi Baru. Tim menghubungi Kepala Desa dan Pengurus Kelompok Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) untuk mendiskusikan topik yang hendak diabdikan dan mencari data nama – nama anggota untuk dijadikan sebagai peserta pelatihan.

2. Menyiapkan peralatan

Setelah didapatkan sejumlah data penunjang kegiatan pengabdian pada masyarakat maka tim pengusul menyiapkan sejumlah bahan dan peralatan yang akan digunakan dalam kegiatan pelatihan.

3. Pelatihan

Menyelenggarakan Pelatihan dan pendampingan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra

dalam mengemas usaha makanan tradisional dengan materi:

- a. Mempelajari Teori Pengemasan produk makanan (metoda ceramah, dan pemberian teori- teori)
- b. Pelatihan dan pendampingan menciptakan kemasan produk makanan sesuai standar permintaan pasar (metode ceramah, tutorial dan pemberian materi)
- c. Mempelajari usaha kreatif, membahas studi kasus tentang pentingnya bahasa persuasive dalam kemasan produk (Metode Ceramah, FGD)
- d. Selanjutnya Pelatihan dan pendampingan peningkatan kemampuan mitra dalam membuat produk makanan dengan desain dan kemasan yang modern sesuai dengan permintaan pasar (Metode Ceramah, FGD, tutorial).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PPM ini telah dilangsungkan di Desa Lokasi Baru dimana sasaran dari program ini adalah Pelaku bisnis yang menjual makanan tradisional dan merupakan anggota dari organisasi PKK yang bertujuan untuk memberdayakan dan meningkatkan kesejahteraan keluarga.

Penyuluhan ini dilaksanakan dengan menerapkan metode –metode seperti yang telah disiapkan tim pengabdian dari Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu.



Pada saat kegiatan pengabdian tim menyiapkan bahan-bahan untuk pengemasan produk dan contoh produk UMKM yang dikemas dengan standar yang baik untuk di demonstrasikan dan disosialisasikan kepada peserta. Hal ini dapat membangkitkan semangat peserta untuk dapat membuat kemasan yang serupa sesuai dengan karakteristik produknya. Bahan- bahan pengemasan tersebut kemudian dibagikan kepada peserta dan diberikan informasi dimana mereka bisa mendapatkan bahanbaku untuk pengemasan produk mereka di Kota Bengkulu.

Kegiatan Penyuluhan dan Pelatihan

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat ini dilakukan oleh Tim yang terdiri dari Dosen-dosen (Rahmi Yuristia, SP. M.Si, Dr. Irnad , M.Sc., Prof. Andi Irawan, M.Si.) dan Mahasiswa dari Prodi Agribisnis Fakultas pertanian Universitas Bengkulu. Transfer pengetahuan antara tim pengabdian dan peserta yang terdiri dari Pelaku usaha makanan tradisional yang merupakan anggota dari organisasi PKK yang fokus pada pemberdayaan dan kesejahteraan keluarga.



Kegiatan penyuluhan dimulai dengan penyampaian materi tentang teori pemasaran, pengemasan, serta pendampingan mitra dalam mendesain kemasan produk UMKM nya. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta tentang pentingnya pengemasan produk dalam upaya pemasaran. Pengemasan yang baik dan sesuai standar, serta mengikuti tren pasar, merupakan salah satu kegiatan pemasaran yang sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk UMKM dan menarik minat konsumen.

Dalam kegiatan ini, pendampingan mitra dilakukan untuk memastikan bahwa desain kemasan produk UMKM sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pasar. Dengan demikian, diharapkan kemasan produk yang dihasilkan mampu meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk serta mendukung keberhasilan pemasaran produk UMKM.

Sejalan dengan pendapat Sumarwan dan Tjiptono (2019), bahwa Pemasaran dapat dianggap sebagai pertarungan untuk merebut pangsa pasar. Pangsa pasar tersebut merujuk pada konsumen yang menjadi target utama dari kegiatan pemasaran. Ada pandangan lain mengenai pemasaran. disampaikan oleh Ma'aruf (2006),

Singkatnya, pemasaran adalah suatu kegiatan untuk mempromosikan barang atau jasa kepada masyarakat, terutama kepada calon pembeli. Pada dasarnya prinsip pemasaran adalah perusahaan dapat memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan serta dapat memuaskan mereka di dalamnya. Bauran produk mengacu pada kombinasi elemen produk yang ditawarkan kepada pasar sasaran. Beberapa elemen yang termasuk dalam rangkaian produk adalah pemilihan produk, kualitas produk, fitur produk dan kemasan. Ragam produk meliputi kisaran yang ditawarkan, kualitas produk mengacu pada keandalan dan kinerja produk, fitur produk adalah fitur produk yang memberi nilai tambah bagi konsumen, dan pengemasan adalah cara produk dikemas dan disajikan kepada konsumen.

Setelah kegiatan penyampaian materi maka selanjutnya adalah kegiatan pelatihan membuat kemasan dan praktek mengemas produk. Peserta diminta untuk menuliskan atau mendeskripsikan kemasan produk yang mereka ingin terapkan pada produknya. Peserta diminta untuk membuat apa kelebihan atau ciri khas dari produknya dan warna apa yang akan dipakai di kemasan tersebut. Peserta yang dapat menggambarkan dan mendeskripsikan rancangan desain kemasan produknya diberikan hadiah contoh produk UMKM yang sudah dikemas dengan baik dan memiliki pasar yang luas. Peserta sangat antusias dengan adanya kegiatan sosialisasi (penyuluhan) dan pelatihan ini dan meminta untuk dirasakannya kegiatan lanjutan.

Peserta kegiatan pelatihan tidak hanya diberikan pemahaman tentang pentingnya pemasaran online, tetapi juga diajarkan strategi memperluas pasar melalui platform e-commerce populer seperti Tokopedia dan Shopee.

Untuk mendukung kegiatan pelatihan ini, referensi yang berguna seperti "Panduan Penggunaan Platform Tokopedia untuk Pelaku Usaha" dari Tokopedia dan "Panduan Berjualan di Shopee" dari Shopee disarankan untuk digunakan. Penggunaan platform e-commerce semakin populer di Indonesia, sehingga penting bagi pelaku usaha kecil dan menengah untuk memahami cara memasarkan produk mereka secara online dan memperluas jangkauan pasar. Setelah semua kegiatan pelatihan selesai, peserta, perwakilan dari perangkat daerah, dan tim pengabdian dari Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu menyempatkan diri untuk mengabadikan momen dengan sesi foto bersama sebagai dokumentasi kegiatan PPM ini.



SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sudah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan perencanaan yang telah disusun di awal. Peserta juga sangat antusias dan berpartisipasi aktif mengikuti seluruh tahapan kegiatan mulai dari sosialisasi (penyuluhan) tentang materi pengemasan sampai kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan produk dengan tertib.

Diharapkan kegiatan serupa lebih digalakkan untuk dapat meningkatkan perekonomian pelaku usaha makanan tradisional yang tergabung dalam kelompok PKK di Desa Lokasi Baru. Keerjasama antara perguruan tinggi dan pemerintah daerah sangat diharapkan agar masyarakat lebih banyak mendapatkan transformasi pengetahuan dalam upaya meningkatkan perekonomian masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Fakultas Pertanian Universitas Bengkulu atas dana yang disediakan untuk membiayai seluruh kegiatan pengabdian ini dan juga kepada pemerintah daerah seperti Camat, Lurah serta lembaga desa juga turut memberikan dukungan dalam kegiatan pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2021). Penetrasi & perilaku pengguna internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei2020>

Hidayat, N. N., & Kartini, D. (2021). The impact of packaging design on customer purchase intention: A study on batik SMEs in Yogyakarta. *Journal of Business and Management Sciences*, 9(1), 28-37.

<https://doi.org/10.12691/jbms-9-1-4>

Julianti, E. dan Nurminah, M. 2006. Teknologi Pengemasan. Departemen Teknologi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sumatera Utara. <http://ecourse.usu.ac.id/content/teknologi/teknologi/textbook.pdf>.

Kompas.com. (2021, January 28). Capai 64,2 Juta, UMKM di Indonesia Butuh Dukungan Kebijakan dan Permodalan. <https://money.kompas.com/read/2021/01/28/181000226/capai-642-juta-umkm-di-indonesia-butuh-dukungan-kebijakan-dan-permodalan?page=all>

Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 1. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th ed.). Pearson.

Lestari, D.A.S. 2013. Redesain Kemasan Produk Makanan Ringan “Aneka Gorengan Super 2r”. Tersedia di <http://lib.unnes.ac.id/19515/1/2451308011.pdf>.

Ma'aruf, Hendri. 2006. *Pemasaran Ritel*. PT Gramedia Pustaka. Jakarta.

Sumarwan, U. dan Tjiptonon, F., 2019. *Strategi pemasaran dalam perspektif perilaku konsumen*. PT Penerbit IPB Press. Bogor.

Suryana, A.I.W. Rusastra dan S.H. Suhartini (1997). *Pemberdayaan Ekonomi Keluarga Dalam Rangka Ketahanan Pangan dalam Suryana et al (eds) Hlm 57-84. Monograp series No.17 .Kebijaksanaan Pembangunan Pertanian: analisis kebijaksanaan antisipatif dan responsif*. Pusat Penelitian Sosial Ekonomi

Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian.
Suryani, R., & Marlina, E. (2020). The Role of Creativity in Overcoming Packaging Challenges for Small and Medium Enterprises. International Journal of Innovative Science and Research Technology, 5(11), 1033-1039. doi: 10.38124/IJISRT20NOV554