

# PELATIHAN BRANDING DAN DESAIN PACKAGING UNTUK PRODUK HASIL PETERNAKAN

Mahrani(1), Yoshi lia Anggrayni(2), Infitria(3), Gusparia(4)

Program Studi Peternakan, Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi

(e-mail : [ranijunes@yahoo.com](mailto:ranijunes@yahoo.com), )

## RINGKASAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini dilatar belakangi banyaknya produk hasil peternakan yang dapat dipasarkan, serta adanya pengenalan pertanian dan peternakan pada sekolah sekolah SMA sederajat di daerah Kuantan Singingi dan dapat meningkatkan jiwa entrepreneurship peserta, terutama siswa maupun guru. Permasalahan yang dihadapi adalah upaya meningkatkan kualitas produk peternakan melalui penguatan dalam teknologi kemasan sehingga dapat menambah keuntungan produksi. Banyak produk yang dikemas dengan baik dan menarik lebih laris di pasaran dibanding produk dengan kemasan biasa saja. Tidak terkecuali produk peternakan, seperti telur asin, susu kurma, hasil olahan telur, hasil olahan daging nugget, bakso, sosis. Juga dari pakan ternak, seperti pellet, silase, dll. yang juga perlu diberikan kemasan menarik untuk meningkatkan daya jual pasar. Kegiatan Pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pembinaan dan peningkatan nilai mutu produk peternakan melalui perbaikan teknologi pengemasan (packaging) dengan mengenalkan proses pelabelan (labelling) dan kemasan serta branding, pemberian nama sehingga produk terlihat lebih menarik dan mengalami peningkatan mutu. Metode kegiatan yang dilaksanakan adalah pelatihan dan penyuluhan dengan judul “ Pelatihan Branding dan Desain Packaging Untuk Produk Hasil Peternakan “. Hasil kegiatan pengabdian pada masyarakat yang dilakukan mendapat respon yang positif dari guru dan murid se SMA dan SMK se Kabupaten Kuansing. Kegiatan dimulai dari kegiatan penyuluhan kepada guru dan murid dengan metode ceramah dan diskusi. Kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan merk dan cara pengemasan produk. Pada saat pelatihan pembuatan merk dan cara mengemas produk, guru dan murid ikut berpartisipasi dan pada akhir kegiatan, guru dan murid telah mampu membuat merk dan mengemas produk sederhana.

**Kata kunci:** *Branding, packaging, olahan ternak*

## Abstract.

This Community Service Program was held at the multipurpose building of the Islamic University of Kuantan Singingi with the background of the many livestock products that can be marketed, as well as the introduction of agriculture and animal husbandry to high school schools in the Kuantan Singingi area and can increase the entrepreneurship spirit of participants, especially students and teachers. The problem faced is that efforts to improve the quality of

livestock products through strengthening in packaging technology are currently an important step to increase production profits. Many products that are well packaged and attractive sell better in the market than products with ordinary packaging. Livestock products are no exception, from livestock products such as salted eggs, date milk, processed egg products, processed meat products, nuggets, meatballs, sausages. Also from animal feed, such as pellets, silage, etc. which also need to be given attractive packaging to increase marketability. This is the background for carrying out this activity. This community service activity is carried out in the form of coaching and increasing the quality value of livestock products through improving packaging technology by introducing the process of labeling (labelling) and packaging and branding, naming and branding so that the product looks more attractive and has improved quality. This service activity was carried out to introduce livestock products and increase the entrepreneurial spirit of students and teachers at equivalent high schools in Kuantan Singingi. The method of activity carried out is training and counseling activities with the title "Branding and Packaging of Livestock Products". The results of community service activities carried out received a positive and enthusiastic response from teachers and students in high schools and vocational schools in Kuansing Regency. The activity began with counseling activities for teachers and students using lecture and discussion methods. Then proceed with training on making brands and how to package products. During the training on how to make brands and how to package products, teachers and students participated and at the end of the activity, teachers and students were able to make brands and package simple products.

*Keywords: Branding, packaging, processed livestock*

## **PENDAHULUAN**

Produk dihasilkan dari proses biologis ternak. Produk peternakan merupakan produk yang dihasilkan melalui proses biologis ternak. Sehingga dalam menyediakan produk peternakan dibutuhkan waktu agar ternak mampu menyediakan produk peternakan yang diinginkan. Disamping itu proses biologis ternak juga menentukan kualitas serta kuantitas produk hasil peternakan. Sifat dasar produk peternakan ditinjau dari aspek pemasaran ternak • Harga produk relatif murah. Harga produk peternakan pada umumnya relatif murah, dimana produsen sebagai price taker yang tidak memiliki kemampuan untuk menentang ataupun merubah harga pasar yang ada. • Bargainning potition yang rendah di tingkat produsen. Peternak di Indonesia pada umumnya memiliki latar

belakang pendidikan yang rendah, kurangnya kemampuan dalam mengakses informasi, serta kurangnya koordinasi antar peternak, mengakibatkan bargaining potition peternak rendah. • Fluktuasi harga relatif tajam. Fluktuasi harga relatif tajam karena minimnya kemampuan mendistribusikan produk dan melihat peluang pasar. • Jumlah produk yang dipasarkan pada umumnya tidak memenuhi skala ekonomi (jumlah relatif kecil). Perusahaan peternakan di Indonesia pada umumnya adalah peternakan rakyat dengan skala kecil. Hal ini mengakibatkan kurang efisiennya proses produksi maupun dalam pemasaran ternak. • Produk melalui rantai pemasaran yang relatif panjang untuk sampai pada konsumen. Berbagai permasalahan klasik seperti: kurangnya informasi pasar, kecilnya jumlah pemeliharaan ternak, serta kurangnya kemampuan peternak untuk mengakses

pasar mengakibatkan rantai pemasaran produk peternakan relatif panjang. • Resiko pemasaran relatif tinggi. Tingginya resiko pemasaran produk peternakan disebabkan oleh fluktuasi harga dan sifat mudah rusaknya produk pertanian • Produk bersifat generik.

Produk peternakan yang dihasilkan oleh peternak pada umumnya dipasarkan tanpa melalui proses pengolahan terlebih dahulu, sehingga produk yang dihasilkan oleh peternak satu dengan peternak lainnya relatif sama. Selain itu, produk peternakan memasuki pasar yang cenderung bersifat monopsoni atau oligopsoni

Suatu citra merek yang kuat memberikan beberapa keunggulan utama bagi perusahaan. Merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau kelompok penjual untuk membedakan dari produk pesaing. Dalam membangun merek, perusahaan harus membuat keputusan tentang positioning merek, pemilihan nama merek, sponsor merek, dan pengembangan merek.

Selain merek, kemasan dan label juga perlu diperhatikan karena berkaitan erat dengan merek. Pengemasan mencakup semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus untuk suatu produk. Kemasan dapat digunakan semaksimal mungkin untuk pemasaran jika fungsi kemasan menampilkan sejumlah factor penting seperti: 1. Faktor pengaman. Melindungi produk dari berbagai kemungkinan penyebab timbulnya kerusakan produk Diktat Marketing Produk Peternakan 72 2. Faktor ekonomi. Memperhitungkan biaya produksi yang efisien termasuk pemilihan bahan, sehingga biaya tidak melebihi proporsi manfaatnya. 3. Faktor pendistribusian. Mudah didistribusikan dari pabrik ke distributor atau pengecer sampai

ke tangan konsumen. Kemudahan penyimpanan dan pemajangan juga perlu diperhatikan. 4. Faktor komunikasi. Sebagai media komunikasi yang menerangkan atau mencerminkan produk, citra merek, dan juga sebagai bagian dari promosi. 5. Faktor ergonomi. Berbagai pertimbangan agar kemasan mudah dibawa, dipegang, dibuka atau mudah diambil isisnya. 6. Faktor estetika. Keindahan merupakan daya tarik visual yang mencakup pertimbangan penggunaan warna, bentuk dan sebagainya. 7. Faktor identitas. Secara keseluruhan kemasan harus berbeda dengan kemasan lainnya, yaitu memiliki identitas produk agar mudah dikenali dan dibedakan dengan produk lainnya. Dalam pengemasan produk pangan, selain memperhatikan faktor – faktor di atas, faktor keamanan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan.

## METODE

Upaya mengenalkan teknik branding dan packaging dalam rangka meningkatkan kemampuan entrepreneurship siswa siswa SMA sederajat maupun para guru diharapkan mereka dapat menerapkannya di sekolah maupun tempat tinggal mereka, teknik pengenalan produk tersebut dilakukan dengan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dilaksanakan dengan berbagai macam bentuk, model dan metode, kegiatan ini akan dilakukan oleh tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dalam bentuk komunikasi dialogis (seminar semi pelatihan) ataupun diskusi setelah pemaparan materi antara tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dengan masyarakat dampingan siswa SMA sederajat dan guru pendamping di Kabupaten Kuantan Singingi dengan memadukan kegiatan yang bersifat campuran (*blended learning*) serta memadukan dua lokasi dalam ruangan (*indoor*) dan di luar ruangan (*out door*).

Selain daripada itu, untuk memaksimalkan hasil pencapaian dari

program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini agar terus dapat memantau hasil yang ingin diraih dan dicita-citakan, maka Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dan Khalayak Sasaran membuat kemitraan yang disepakati secara bersama dengan pola dua arah dengan melakukan proses segi tiga kemitraan yang dijalin. Kemitraan ini diharapkan dapat berjalan secara sinergis dengan alur pemberian motivasi, pembinaan, pengawasan dan mengevaluasi program pemberian kegiatan jika diperlukan. Kemitraan ini tidak hanya sabatas pada hari pemberian dan pelaksanaan kegiatan tetapi akan tetap berlanjut jika diperlukan.

Metode lain juga menggunakan angket PRE TEST DAN POST TEST. Pre test adalah bentuk pertanyaan yang dilontarkan kepada target sasaran sebelum memulai materi yang akan diajarkan. Pertanyaan yang ditanya adalah materi yang akan diajar pada saat itu (materi baru). Pre test diberikan dengan maksud untuk mengetahui apakah ada diantara target sasaran yang sudah mengetahui mengenai materi yang akan diajarkan. Pre test juga bisa diartikan sebagai kegiatan menguji tingkatan pengetahuan peserta dampingan terhadap materi yang akan disampaikan. Adapun manfaat dari diadakannya pre test adalah untuk mengetahui kemampuan awal sasaran target. Post test merupakan bentuk pertanyaan yang diberikan setelah materi disampaikan. Singkatnya, post tes adalah evaluasi akhir saat materi yang diajarkan pada hari itu diberikan yang mana pemberian post test dengan maksud apakah target sasaran sudah mengerti dan memahami mengenai materi yang baru saja diberikan pada hari itu. Manfaat diadakannya post test ini adalah untuk memperoleh gambaran tentang kemampuan yang dicapai setelah berakhirnya penyampain materi. Hasil post test dibandingkan dengan hasil pre test yang dilakukan sehingga akan diketahui seberapa

jauh efek atau pengaruh dari pelatihan yang telah dilakukan, di samping sekaligus dapat diketahui bagian- bagian mana dari bahan pengajaran yang masih belum dipahami oleh sebagian target sasaran, pada intinya semua kegiatan dapat berjalan secara maksimal. Melihat dari rangkaian kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) maka dapat digambarkan secara umum kegiatan ini berupa :

1. Kegiatan edukasi siswa SMA sederajat serta guru pendamping, ini dilakukan dalam bentuk memberikan pemahaman kepada siswa maupun guru dengan membuat acara seminar semi pelatihan, diundang para siswa SMA sederajat maupun guru pendamping se Kabupaten Kuantan Singingi di Kampus Universitas Islam Kuantan Singingi, dilakukan seminar semi pelatihan dua arah agar terciptanya suasana akademik yang hidup hingga nanti dapat menghasilkan pemahaman dalam bentuk keterampilan.
2. Praktek langsung cara Branding serta Packaging produk secara sederhana
3. Pelatihan penggunaan aplikasi berbasis online, baik melalui media social maupun pengenalan aplikasi antar jeput produk dan mitra produk melalui aplikasi yang ada di Kuantan Singingi (Kuantar)
4. Evaluasi program pendampingan secara langsung di sekolah masing masing peserta dampingan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Hasil**

Secara garis besar hasil kegiatan Pengabdian Masyarakat yang telah dicapai adalah : 1. Peserta penyuluhan hadir tepat waktu dan jumlahnya sesuai dengan yang diharapkan serta mampu mengikuti kegiatan penyuluhan dan pemaparan sampai selesai; 2. Penyajian materi penyuluhan oleh Tim Dosen Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi mendapat tanggapan positif, yang ditandai dengan antusiasnya para peserta berdiskusi;

3. Berdasarkan sikap dan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan dapat diketahui bahwa materi Pengabdian Kepada Masyarakat sangat membantu *audience* dalam memahami kegiatan

4. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini memberikan kesadaran bagi Tim Dosen Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Pertanian Universitas Islam Kuantan Singingi untuk senantiasa berbagi ilmu pengetahuan yang dimiliki kepada masyarakat di luar kampus.

Peserta sangat antusias dalam mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat, terutama saat sesi penyuluhan serta penyampaian materi sambil diskusi. Narasumber menjawab semua pertanyaan yang diajukan oleh peserta dan memberikan solusi sehingga peserta dapat memecahkan masalah yang mereka hadapi nantinya. Penyampaian materi pelatihan dilakukan dengan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh peserta, sehingga kegiatan pelatihan dan diskusi berjalan dengan lancar dan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang diinginkan.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Branding dan Packaging Produk Peternakan



Gambar 2. Ceramah dan Tanya Jawab Materi Pelatihan

Umpan balik ini merupakan bagian terpenting dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengetahui sejauh mana peserta memahami materi pelatihan yang diberikan serta penilaian peserta mengenai materi yang diberikan. Umpan balik ini digunakan sebagai bahan evaluasi bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan untuk menyusun roadmap pengabdian selanjutnya. Umpan balik yang diberikan oleh peserta dalam pelatihan ini berupa keterlibatan beberapa peserta dalam proses pelatihan yaitu keterlibatan peserta dalam penyampaian materi Branding dan Packaging sambil diskusi. Keterlibatan peserta ini memberikan umpan balik yang baik dalam kegiatan, dan peserta mau terlibat untuk mengasah keterampilan dan wawasan peserta. Secara umum, peserta pelatihan memberikan respon yang positif, meskipun ada kendala yaitu minimnya peralatan dan keterbatasan waktu.



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab pada Pelatihan Branding dan Packaging Produk Pertanian

Menurut American Marketing Association, merk adalah nama, istilah, desain, simbol atau karakteristik lainnya dari sebuah produk atau jasa yang membedakannya dari yang lain. Merk/Brand itu penting karena, 1. Identify the maker, 2. Simplify product handling, 3. Offer legal protection, 4. Signify quality, 5. create barriers to entry, 6. Serve as competitive advantage, 7. Secure price premium.

Adapun sifat produk peternakan adalah, 1. Rawan terhadap kerusakan (perishabel), memiliki ukuran yang besar per tumpukan (bulky/voluminous), dan beraneka ragam mutunya (quality variation), 2. Kerawanan terhadap kerusakan dan ukuran yang besar, pertumpukan tersebut sangat menentukan metode dan tempat penyimpanan, metode dan alat pengangkutan, serta penjualannya 3. Keanekaragaman mutu memerlukan standarisasi, penyortiran, dan pengelompokan berdasar standar produk baku atau yang diinginkan konsumen

Dalam Prinsip pengemasan, perlu dilakukan langkah langkah berikut, 1. Etika, 2. Sifat produk, 3. Analisis pasar. 4. Kemasan saingan, 5. Kepentingan konsumen

1. Fungsi pengemasan Menjaga produk bahan pangan tetap bersih
2. Pelindung terhadap kerusakan
3. Efisien dan ekonomis
4. Kemudahan dalam membuka dan menutup distribusi
5. Mempunyai ukuran standar
6. Menampakkan identitas dan informasi

Waktu kadaluarsa adalah penetapan akhir dari masa simpan bahan pangan. Artinya dengan berakhirnya waktu kadaluarsa bahan pangan tersebut tidak layak lagi untuk dikonsumsi, meskipun sebenarnya makanan tersebut belum busuk atau beracun.

Packaging adalah Usaha perlindungan terhadap produk dari segala macam kerusakan dengan menggunakan wadah, sehingga pengemasan bertujuan melindungi atau mengawetkan produk agar sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik.

## 2. Pembahasan

Menurut American Marketing Association, merk adalah nama, istilah, desain, simbol atau karakteristik lainnya dari

sebuah produk atau jasa yang membedakannya dari yang lain. Merk/ Brand itu penting karena, 1. Identify the maker, 2. Simplify product handling, 3. Offer legal protection, 4. Signify quality, 5. create barriers to entry, 6. Serve as competitive advantage, 7. Secure price premium.

Adapun sifat produk peternakan adalah, 1. Rawan terhadap kerusakan (perishabel), memiliki ukuran yang besar per tumpukan (bulky/voluminous), dan beraneka ragam mutunya (quality variation), 2. Kerawanan terhadap kerusakan dan ukuran yang besar, pertumpukan tersebut sangat menentukan metode dan tempat penyimpanan, metode dan alat pengangkutan, serta penjualannya 3. Keanekaragaman mutu memerlukan standarisasi, penyortiran, dan pengelompokan berdasar standar produk baku atau yang diinginkan konsumen

Dalam Prinsip pengemasan, perlu dilakukan langkah langkah berikut, 1. Etika, 2. Sifat produk, 3. Analisis pasar. 4. Kemasan saingan, 5. Kepentingan konsumen

7. Fungsi pengemasan Menjaga produk bahan pangan tetap bersih
8. Pelindung terhadap kerusakan
9. Efisien dan ekonomis
10. Kemudahan dalam membuka dan menutup distribusi
11. Mempunyai ukuran standar
12. Menampakkan identitas dan informasi

Waktu kadaluarsa adalah penetapan akhir dari masa simpan bahan pangan. Artinya dengan berakhirnya waktu kadaluarsa bahan pangan tersebut tidak layak lagi untuk dikonsumsi, meskipun sebenarnya makanan tersebut belum busuk atau beracun.

Packaging adalah Usaha perlindungan terhadap produk dari segala macam kerusakan dengan menggunakan wadah, sehingga pengemasan bertujuan

melindungi atau mengawetkan produk agar sampai ke tangan konsumen dalam keadaan baik.



Gambar. 4 Olahan Produk Hasil Peternakan



Gambar 5. Contoh Pengemasan Produk sosis, nugget



Gambar 6. Contoh pengemasan produk sosis, Daging Ayam dan Daging Sapi

## Kesimpulan dan Saran

### 1. Kesimpulan

Semangat dan antusias guru dan murid SMA dan SMK se Kabupaten Kuantan Singingi dalam keinginan menambah wawasan dan keterampilan dalam pelatihan branding dan packaging produk olahan hasil ternak dapat terealisasi dengan baik. Tim Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian UNIKS

telah melakukan transfer ilmu, teknologi, pelatihan dan pembinaan yang dibutuhkan oleh guru dan murid SMA dan SMK se Kabupaten Kuansing. Untuk selanjutnya, kegiatan pengolahan hasil ternak yang dilakukan oleh guru dan murid SMA dan SMK se Kabupaten Kuansing dapat dilanjutkan ke arah packing dan packaging. Keberlanjutan pelatihan Branding and Packaging tergantung dari konsistensi dan keinginan dari guru dan murid. Pelatihan dan penyuluhan oleh Tim Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian UNIKS dapat menjadi salah satu keterampilan tambahan bagi guru dan murid, menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan dapat memberikan keuntungan tambahan pada produk hasil olahan hasil ternak yang dibuat.

### 2. Saran

1. Peserta program pelatihan ini lebih meningkatkan keterampilannya dalam pengolahan hasil ternak
2. Melakukan pengadaan alat-alat yang mendukung kegiatan program pelatihan dan penyuluhan branding dan packaging.
3. Keterbatasan pengetahuan guru dalam membuat brand/merk maupun packaging dan mengemas produk produk olahan hasil ternak, perlu adanya pendampingan dari pihak universitas dalam mendukung kegiatan praktek yang dilakukan oleh murid murid SMA dan SMK se Kabupaten Kuantan Singingi yang akhirnya dapat meningkatkan harga dan ilia jual produk tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardhanari, M dan Nugrohadhi. 2022. Pendampingan Packaging dan Branding pada UMKM Produk Khas Olahan Hasil Laut di Kelurahan Sukolilo Baru – Kenjeren Surabaya.

Julianti, Sri. 2014. The Art of Packaging : Mengenal Metode, Teknik, & Strategi Pengemasan Produk untuk Branding. Gramedia Pustaka utama. Jakarta

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). MarkKotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Global Edition (Vol. 15E). In Global Edition.

Saragih, Bungaran. 2000. Agribisnis Berbasis Peternakan : Kumpulan Pemikiran. USESE Foundation dan Pusat Studi Pembangunan IPB,Bogor.

Umar,Husin.2000. Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. PT Gramedia Pustaka Utama,Jakarta.

Umar,Husein. 2002. Strategic Management in Action. PT Gramedia Pustaka Utama,Jakarta