

## **PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK PANGAN OLAHAN DI KELOMPOK WANITA TANI HARAPAN JAYA**

**Edy Humaidi<sup>1\*</sup>, Bina Unteawati<sup>2</sup>, Muhammad Zaini<sup>3</sup>, Sudiyo<sup>4</sup>**

Jurusan Ekonomi dan Bisnis Politeknik Negeri Lampung

\*E-mail : [edyhumaidi145@polinela.ac.id](mailto:edyhumaidi145@polinela.ac.id)

### **ABSTRAK**

Tujuan dilaksanakan PKM di KWT Harapan Jaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Harapan Jaya dalam melakukan pengemasan dan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Harapan Jaya dalam melakukan pemasaran. Metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi Mitra (Kelompok Wanita Tani Harapan Jaya) adalah dengan cara pendekatan partisipatif aktif secara berkelanjutan antara tim pengusul dengan mitra. Tim pengusul sebagai pengendali Program Kemitraan Masyarakat yang berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala dan berkelanjutan kepada mitra. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat di KWT harapan jaya menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT, mulai dari praktik pengemasan produk, sampai dengan praktik pemasaran produk menggunakan media market place facebook dan Instagram.

**Kata kunci:** Pengemasan, Pemasaran Digital, Kelompok Wanita Tani

## **DEVELOPMENT OF PACKAGING DESIGN TO SUPPORT THE MARKETING OF PROCESSED FOOD PRODUCTS IN KELOMPOK WANITA TANI HARAPAN JAYA**

### **ABSTRACT**

*The purpose of implementing PKM in KWT Harapan Jaya is to increase the knowledge and skills of KWT Harapan Jaya members in marketing and increase the knowledge and skills of KWT Harapan Jaya members in marketing. The approach method used to overcome the various problems faced by the Partners (Group Wanita Tani Harapan Jaya) is by means of an active participatory approach on an ongoing basis between the proposing team and partners. The proposing team as controller of the Community Partnership Program plays an active role in providing regular and ongoing assistance and guidance to partners. The results of Community Service at KWT Harapan Jaya show an increase in the knowledge and skills of KWT members, ranging from product packaging practices, to product marketing practices using the media market place Facebook and Instagram.*

**Keyword :** Packaging, Digital marketing, Women farmer group

**Disubmit:** 3 September 2022; **Diterima:** 25 September 2022; **Disetujui:** 24 Oktober 2022

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Analisis Situasi**

Kelompok Wanita Tani (KWT) merupakan suatu wadah yang memberikan kesempatan bagi kaum perempuan untuk ikut andil dalam memajukan sektor pertanian. KWT digunakan sebagai sarana guna kelancaran kegiatan pembinaan kepada petani untuk peningkatan kualitas sumber daya petani wanita. Menurut Cholisin, (2011) kelompok wanita tani mempunyai fungsi, yaitu : (1) sebagai wadah proses pembelajaran, (2) wahana kerjasama, (3) unit penyedia sarana dan prasarana produksi, unit produksi, unit pengolahan

dan pemasaran serta unit jasa penunjang. Pemberdayaan wanita tani secara berkelompok bertujuan agar wanita tani mampu mandiri secara ekonomi sehingga dapat menunjang keberlangsungan kesejahteraan rumahtangganya.

Kecamatan Rajabasa memiliki 10 kelompok wanita tani yang tersebar di Kampung Sinar Harapan, Sukajaya, Linsuh dan Bayur. KWT Harapan Jaya merupakan salah satu kelompok wanita tani yang berada di Kampung Sinar Harapan, Kecamatan Rajabasa yang letaknya hanya  $\pm$  3 Km dari Kampus Politeknik Negeri Lampung. KWT ini dibentuk pada tanggal 16 Desember 2016 dengan tujuan sebagai upaya pelibatan kaum perempuan dalam usaha-usaha peningkatan hasil pertanian yang diketuai oleh Ibu Sugiyati. Saat ini KWT Harapan Jaya memiliki anggota sebanyak 28 orang dan telah memiliki rumah produksi yang merupakan bantuan dari Dinas Pertanian Kota Bandar Lampung. KWT ini bergerak dalam bidang usaha pengolahan antara lain susu kedelai, jahe kemasan, dan makanan olahan lainnya. Hasil olahan dijual ke warga sekitar dan menambah kas KWT. Produk yang dihasilkan KWT ini masih diolah sangat sederhana terutama dalam pengemasan produknya, belum terdapat atribut produk yang lengkap, kondisi ini dikarenakan minimnya pengetahuan KWT akan kelengkapan atribut kemasan produk. Permasalahan pengemasan ini tentu menjadi kesulitan bagi KWT Harapan Jaya. Padahal peran kemasan sangat penting karena menciptakan kesan pertama bahkan sebelum produk dikonsumsi.

Pada awalnya kemasan (*package*) adalah satu komponen penting digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik (Oemar, 2017) Pada perkembangan kemasan berfungsi dari sebuah pelindung dari sebuah produk tapi lebih dari itu. Desain kemasan justru kiat menguatkan persepsi sebuah kualitas produk. Tampilan dan estetika kemasan justru menjadi sangat penting dalam membangun brand sebuah produk. Suatu desain kemasan yang buruk dapat menimbulkan citra buruk terhadap sebuah produk dan sebaliknya kemasan yang baik dapat menarik minat pembeli terhadap sebuah produk (Amin *et al.*, 2020)

Kemasan produk pada KWT Harapan Jaya, hanya menggunakan plastic kemas polos biasa tanpa atribut kemasan yang lengkap, dengan atribut kemasan yang masih sangat sederhana yakni logo KWT Harapan Jaya saja, terlihat tidak menarik sehingga tidak *marketable* artinya perlu ada pengembangan desain kemasan, dikarenakan dengan atribut kemasan yang lengkap akan mempermudah untuk memperluas pasar produk yang dihasilkan KWT. Ketika ada pesanan dalam jumlah banyak, maka kemasan sekunder yang digunakan adalah plastic besar polos saja, sehingga tidak mencirikan kekhasan dan identitas produk KWT Harapan Jaya. Kondisi ini menjadi kendala bagi KWT untuk memasuki pasar baru. Sebagai KWT yang masih mencari pasar baru, mau tidak mau harus menghadapi persaingan dengan usaha lain yang sudah lebih dulu eksis. Rhina Uchyani, (2015) bahwa salah satu usaha yang dapat ditempuh untuk menghadapi persaingan perdagangan yang semakin tajam adalah melalui kemasan. Kemasan merupakan pemikat awal karena langsung berhadapan dengan konsumen, karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memperoleh respon positif, dalam hal ini membeli produk, karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan.

## **1.2. Tujuan**

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari dilakukannya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Harapan Jaya dalam melakukan pengemasan

2. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Harapan Jaya dalam melakukan pemasaran

## METODE KEGIATAN

### Waktu dan Tempat

Kegiatan pengabdian Bagi Masyarakat dilaksanakan selama 6 (enam) bulan. Tempat pelaksanaan di Kelurahan Rajabasa Jaya Rajabasa Kota Bandar Lampung Propinsi Lampung. Pelaksanaan kegiatan direncanakan dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani Harapan Jaya yang berada di Kecamatan Rajabasa Adapun tim pengusul berasal dari empat tenaga pengajar Politeknik Negeri (Polinela) Kota Bandar Lampung.

### Metode Pendekatan

Dalam Program Kemitraan Masyarakat (PKM), metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi Mitra (Kelompok Wanita Tani Harapan Jaya) adalah dengan cara pendekatan partisipatif aktif secara berkelanjutan antara tim pengusul dengan mitra. Tim pengusul sebagai pengendali Program Kemitraan Masyarakat yang berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala dan berkelanjutan kepada mitra.

### Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah secara sistematis dapat digambarkan dalam bentuk diagram alir (Gambar 3).



Gambar 3. Skema kerangka pemecahan masalah pada KWT Harapan Jaya

### Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengembangan Desain Produk dan Digitalisasi Pemasaran Pada KWT Harapan Jaya Sebagai Solusi Kemajuan di Era New Normal akan dilakukan selama enam bulan (April-September 2022) Adapun pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk :

1. Pelatihan kemasan dan label produk
2. Pendampingan *e-commerce* produk pangan dengan konsep marketplace

### Evaluasi Pelaksanaan

Secara garis besar, evaluasi kegiatan akan dilakukan dalam tiga bentuk yaitu evaluasi awal, evaluasi proses, dan evaluasi akhir kegiatan. Evaluasi awal akan dilakukan pada tahap awal kegiatan (tahap pelatihan) dan dilakukan untuk memperoleh gambaran lengkap pemahaman peserta kegiatan terhadap program yang akan dilaksanakan. Evaluasi

proses akan dilakukan pada tahap pendampingan penerapan teknologi/sistem yang ditransfer. Evaluasi ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mengatasi permasalahan-permasalahan yang dihadapi pada tahap penerapan teknologi /sistem yang ditransfer. Evaluasi akhir dilakukan pada akhir kegiatan untuk mengetahui keberhasilan pelaksanaan kegiatan. Evaluasi akhir dilakukan untuk mengetahui besarnya peningkatan parameter peningkatan penjualan yang berhasil dicapai Indikator keberhasilannya adalah jika tercapai target 90% dari rencana.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan pengemasan produk olahan pangan pada KWT Harapan Jaya Kota Bandar Lampung terselenggara berkat adanya kerjasama antara Politeknik Negeri Lampung dengan KWT Harapan Jaya. Kegiatan pelatihan pengemasan produk ini dihadiri oleh ibu-ibu anggota KWT, dilaksanakan pada tanggal 15 Juli 2022. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pemasaran produk melalui perbaikan kemasan yang sesuai kelengkapan atribut dan menarik konsumen. Kegiatan pelatihan ini dilakukan di rumah produksi KWT Harapan Jaya. Kegiatan diawali dengan penyampaian materi tentang kemasan produk, jenis-jenis kemasan produk, fungsi pengemasan produk, peran pengemasan produk dalam pemasaran, serta pelatihan pembuatan kemasan produk berbahan plastik dan kertas. Kegiatan dilakukan melalui beberapa metode, yaitu ceramah, diskusi, dan praktek. Penyampaian materi mengenai kemasan produk, jenis-jenis kemasan, fungsi-fungsi pengemasan, serta peran pengemasan produk dalam pemasaran. Penyampaian materi dilakukan secara langsung. Khalayak sasaran sangat antusias terhadap materi yang diberikan, dapat dilihat dari pertanyaan dan diskusi yang dilakukan terkait jenis kemasan yang sesuai untuk produk-produk yang telah dihasilkan oleh KWT Harapan Jaya.

Pada kegiatan pelatihan, masing-masing peserta melakukan praktik pengemasan produk secara langsung. Dengan demikian masing-masing peserta mendapatkan pengalaman dan pemahaman secara langsung dalam mengemas produk, serta anggota KWT juga diberikan pemahaman akan jenis-jenis kemasan berdasarkan kesesuaian produk yang akan dikemas. Hal-hal yang perlu mendapat perhatian khusus terkait pembuatan kemasan secara efektif, dan efisien dapat dipahami dengan baik. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan KWT Harapan Jaya dapat meningkatkan nilai tambah produk sehingga dapat meningkatkan harga jual yang akhirnya dapat meningkatkan pendapatan KWT Harapan Jaya.

Pemasaran yang dilakukanpun masih sebatas pemasaran secara langsung kepada orang-orang yang dikenal. Hal ini menyebabkan masih rendahnya jumlah penjualan produk dan harga yang diterima karena kurang menariknya kemasan produk tersebut. Untuk mengatasi masalah tersebut, dapat dilakukan perbaikan kemasan produk. Selain itu hal yang dapat dilakukan adalah memperluas jejaring pemasaran. Pemasaran tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi juga dapat dilakukan secara online. Dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, anggota KWT Harapan Jaya diberikan pemahaman terkait fungsi dan peran kemasan dalam meningkatkan harga jual dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk, serta diberikan contoh beberapa cara memasarkan produk melalui online, seperti penggunaan whatshap, marketingplace, shopee dan Instagram. Untuk pemasaran digital materi yang disampaikan baru sebatas pengenalan saja mengingat keberagaman kemampuan anggota KWT dalam menggunakan social media.

Tujuan yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT Harapan Jaya dalam pengemasan produk dan pemasaran produk secara online, hasil evaluasi menunjukkan terjadi peningkatan kemampuan anggota dalam melakukan pengemasan produk yang semulanya para anggota kelompok belum memiliki keterampilan dalam membuat kemasan menggunakan plastic, sekarang setiap anggota kelompok telah mampu membuat kemasan sendiri menggunakan plastic dan alat pengemasan.



Gambar 1. Penjelasan praktik pengemasan menggunakan plastic sederhana

Lebih lanjut selain keterampilan anggot kelompok yang meningkat dalam hal praktik pengemasan produk dengan menggunakan alat kemas sederhana, anggota kelompok juga dikenalkan dengan aplikasi pemasaran secara online menggunakan market place facebook dan Instagram sebagai wahana pembelajaran untuk pendampingan lebih lanjut untuk menggunakan media pemasaran digital lainnya, dimana pemasaran digital ini merupakan keharusan di era yang menggunakan teknologi seperti saat ini, untuk menjangkau konsumen yang lebih luas, hal ini sejalan dengan pendapat Anggraini et al., (2020) yang menyatakan bahwa dengan melakukan pemasaran secara digital produk yang dipasarkan akan muda dikenal banyak orang tanpa terbatas ruang dan waktu, semua orang bisa melihat produk yang kita tawarkan darimanapun dan tanpa harus bertatap muka secara langsung untuk membeli produk yang ditawarkan.

## KESIMPULAN

Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat di KWT harapan jaya menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan anggota KWT, mulai dari praktik pengemasan produk, sampai dengan praktik pemasaran produk meggunakan media market place facebook dan Instagram.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin, Z. *et al.* (2020) 'Consumers' perceptions and willingness to pay (WTP) organic rice', *Journal of Critical Reviews*, 7(1), pp. 48–51. doi: 10.22159/jcr.07.01.08.
- Anggraini, N. *et al.* (2020) 'Digital Marketing Produk Pertanian di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah', *Pengabdian Nasional*, 1(1), pp. 36–45.

- Cholisin (2011) *Pengembangan Karakter Dalam Materi Pembelajaran PKn*. Yogyakarta, Indonesia.
- Oemar, A. dan (2017) 'Perencanaan Desain Kemasan Peppy's Snack Surabaya', *Jurnal Seni Rupa*, 5(3), pp. 584–590.
- Rhina Uchyani, H. I. (2015) 'Pengemasan Produk Dalam Meningkatkan Produk Berbahan Baku Kacang Yang Marketable', in *Seminar Nasional 4th SME's Summit Dan Awards 2015*.