

**PELATIHAN PENGEMBANGAN PEMASARAN PRODUK MELALUI
KEMASAN PRODUK DESA GIRITIRTA, KEC. PEJAWARAN,
KABUPATEN BANJARNEGARA**

Oleh
Siti Maesaroh
Simey220190@gmail.com

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tamansiswa Banjarnegara

Ringkasan

Pengabdian masyarakat yang akan dilakukan oleh Tim kami terletak di Desa Giritirta Kecamatan Pejawara, kabupaten pejawaran. Kebanyakan masyarakat desa Giritirta yang berprofesi sebagai petani, tapi ada sebagai petani yang juga sambil berwirausaha dengan mengelola hasil pertanian mereka salah satunya adalah petani kopi. Berdasarkan survei yang dilakukan di lapangan, bahwa tingginya kegiatan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha belum disertai dengan pemahaman tentang faktor pendukung seperti dalam pengemasan produk, sehingga pelaku usaha hanya fokus pada keuntungan tanpa memperhatikan faktor pendukung bisnis. Berdasarkan ilustrasi ini, pengusaha UMKM membutuhkan pemahaman tentang pentingnya pengemasan untuk mendukung kegiatan bisnis sehingga mereka dapat berkembang dengan baik di masa depan.

Kata Kunci: Kemasan, Produk, Pengabdian, Bisnis

LATAR BELAKANG MASALAH

Indonesia adalah negara yang memiliki kekayaan atas sumber daya alam yang melimpah. Kekayaan sumber daya tersebut terdiri dari sumber daya air, sumber daya lahan, sumber daya hutan, sumber daya laut, maupun keanekaragaman hayati yang terkandung di dalamnya dan tersebar secara luas pada setiap pulau-pulau di Indonesia. Kekayaan alam yang dimiliki tersebut dapat menjadi modal bagi pelaksanaan pembangunan ekonomi bagi Indonesia. Sektor pertanian masih menjadi andalan penciptaan lapangan pekerjaan dalam jumlah yang cukup besar dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya dalam perekonomian di Indonesia. Tapi sisi lain sekarang para petani mengeluhkan harga jual hasil petani yang menurun, sehingga petani berinisiasi untuk membuat produk dengan hasil pertaniannya. Tapi disisi lain masih sering

melihat produk UKM yang hanya dibungkus kertas koran bekas dan plastik bening. Sadar atau tidak pembeli tidak hanya melihat rasa. Kemasan menarik juga menjadi penentu alasan calon konsumen memilih produk anda.

Pertumbuhan pasar ini dipengaruhi oleh kesadaran masyarakat Indonesia yang mulai peduli dengan kesehatan (Nurmayanti, 2012). Tentunya pertumbuhan pasar yang tinggi ini menarik banyak pemain dan berdampak pada meningkatnya persaingan dan persaingan tidak lagi hanya menekankan keunggulan produk, tetapi pada hal lain yang dapat meningkatkan nilai yang dirasakan manfaatnya baik secara rasional maupun emosional, antara lain dengan mendesain kemasan yang unik (Mudra, 2010; Cenadi, 2000). Pada dasarnya, fungsi utama kemasan adalah untuk melindungi produk dari kerusakan saat menjalani proses transportasi, penyimpanan, dan penjualan produk (Gonzalez, dkk., 2007). Selain itu, kemasan berfungsi pula sebagai alat yang dapat mendorong penjualan, karena kemasan langsung berhadapan dengan konsumen, sehingga kemasan dapat memengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif (Wirya, 1999). Hal ini juga didukung oleh Rund (2005) yaitu kemasan menarik perhatian konsumen, meningkatkan kesan, dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap sebuah produk.

Pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan fokus pada pelaku usaha kopi di Desa Giritirta Kecamatan Pejawara sebagai target program dengan tujuan agar pelaku usaha kopi mendapatkan pemahaman arti penting dari kemasan produk sehingga pemahaman tersebut dapat diterapkan dalam kegiatan usaha serta dapat memperbaiki kualitas usaha yang sedang mereka jalankan.

TUJUAN KEGIATAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT INI, YAKNI

- a. memberikan wawasan kepada pelaku usaha Usaha Kecil dan Menengah (UKM) mengenai kemasan yang baik dan menarik untuk sebuah produk agar memiliki nilai jual yang lebih untuk dipasarkan
- b. Memberikan pengetahuan mengenai arti penting dari pemberian kemasan pada pelaku usaha kopi,
- c. Memberikan pengetahuan tentang kemasan yang bisa menjadi sarana informasi dan pemasaran yang baik dengan membuat desain kemasan yang kreatif sehingga lebih menarik dan mudah diingat konsumen pada pelaku usaha kopi.

MANFAAT KEGIATAN

Peserta pelaku usaha kopi, yakni peserta pelaku usaha kopi dapat memahami arti pentingnya pemberian kemasan pada produk bagi usahanya, melalui pelatihan ini dapat menumbuhkan

kesadaran dalam nilai jual produk di lihat dari kemasan dan memberikan pengetahuan bahwa kemasan bisa di jadikan sebagai sarana promosi produk.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini menggunakan metode paparan dan praktek. Objek dalam kegiatan ini adalah pelaku usaha kopi di Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran. Adapun beberapa tahapan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat ini meliputi: Tahap Persiapan, yang dilakukan untuk mempersiapkan berbagai hal sebelum melakukan kegiatan yang meliputi menjalin komunikasi dengan mitra, melakukan studi pendahuluan (Survei Lapangan), mengidentifikasi setiap permasalahan pada mitra dan melakukan penyusunan rencana pemecahan masalah (Problem Solving). Tahap Pelaksanaan, yang meliputi pendampingan dan pembinaan untuk mitra yang dipilih dan memberikan solusi untuk setiap permasalahan pada setiap mitra yang sudah ditelaah, permasalahan yang ditindak lanjuti meliputi masalah permasalahan dalam bidang pembukuan, dan lain lain.

Permasalahan ini didasari oleh pengetahuan tentang kemasan. Tahapan ini juga terdiri dari sosialisasi arti penting kemasan dan prakteknya. a. Pengarahan yang dilakukan oleh pihak program Studi b. Pemaparan materi yang dilakukan oleh nara sumber. c. Pendampingan dan Mentoring Selama pelatihan. d. Pendampingan pelatihan. e. Evaluasi dan Motivasi. f. Hasil Tahap Evaluasi dan Penutup, dimana permasalahan-permasalahan yang ditemukan dari peserta pelatihan menjadi bahan diskusi dan kajian bersama, kemudian ditawarkan solusi alternatifnya sebagai solusi akhir. Kemudian diberikan kesimpulan dan penutup dari hasil kegiatan secara jelas dan menyeluruh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program Pengabdian Masyarakat UMKM di Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran Kabupaten Banjarnegara memiliki output diantaranya: 1. Pelaku usaha kopi memahami dasar-dasar penggunaan kemasan pada produk. 2. Pelaku usaha kopi dapat pemahaman tentang desain kemasan 3. Pelaku usaha kopi dapat mengetahui biaya produksi sehingga mengetahui keuntungan dari usaha tersebut agar lebih mudah mengatur strategi dalam pengembangan usaha Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran bertempat di rumah salah satu pelaku usaha kopi. Kegiatan yang dilaksanakan meliputi seminar tentang arti penting penggunaan kemasan yang menarik untuk usaha kopi dengan materi usaha kopi Agar dapat mengoptimalkan Laba. Kegiatan seminar bertemakan pengembangan produk melalui

atribut produk yang di fokuskan pada kemasan yang selama ini dilakukan melalui tahap sebagai berikut:

Berdasarkan rencana yang telah dijadwalkan dengan pihak Desa ini dapat persentasi mengenai pengembangan produk Makan Ringan dilaksanakan pada tanggal Rabu, 8 Mei 2019. Persentasi dan pembelajaran dilaksanakan di Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran Kab. Banjarnegara pada pukul 13.00 sampai dengan pukul 15:00., semua yang datang mendengarkan penjelasan dari tim pengabdian masyarakat.

Tahap selanjutnya adalah penjelasan materi yang disampaikan oleh tim abdimas yang bertugas sebagai moderator, adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan tentang pengembangan produk,
- 2) Menjelaskan kelebihan kemasan yang unik dan menarik terhadap produk
- 3) Menjelaskan kemasan produk bisa menjadi salah satu media promosi dan peningkatan penjualan.

Tahapan -tahap dalam melaksanakan pengabdian ini sbb:

1. Pengarahan yang dilakukan oleh pihak STIE Tamansiswa.

Awal kegiatan peserta di Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran diberikan motivasi oleh Kepala Desa Giritirta Kecamatan Pejawaran diberikan arahan dan motivasi dari dosen yang selaku pihak yang melakukan pengabdian. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini, peserta focus dan menerima materi yang di sampaikan, sehingga dapat memahami dan mengaplikasikan ke produk yang para pelaku usaha produksi.

2. Pemaparan materi yang dilakukan oleh narasumber Narasumber

Membimbing pelaku usaha untuk petingnya kemasan produk. Mengapa perlu adanya pelatihan tentang pengemasan produk karena sebagian besar usaha kecil dan menengah harus ada Kemasan yang baik disisi lain kemasan juga untuk menjaga kualitas dan secara signifikan memberikan keuntungan dari segi pendapatan, Selama distribusi, kualitas produk pangan dapat memburuk secara biologis dan kimiawi maupun fisik.. Materi tentang kemasan ini dibawakan oleh beberapa narasumber, diantaranya Ibu Siti Maesaroh, S.Ip.,M.M tentang Pengembangan Pemasaran Produk Melalui kemasan.



3. Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Pembuatan Kemasan

Pelatihan pembuatan pengemasan dilaksanakan satu hari dengan menghadirkan pelaku usaha kopi. Pelatihan dilakukan dimulai dari menyiapkan alat dan bahan seperti kertas stiker, komputer dan lain sebagainya. Setelah seluruh alat dan bahan sudah siap maka langkah selanjutnya melakukan pelatihan pembuatan kemasan produk kopi.

Pelatihan yang dilakukan memberikan manfaat bagi masyarakat sasaran berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat kemasan suatu produk. Sehingga tampilan produk dapat lebih baik dan aman dan diharapkan dengan pengemasan yang baik bisa meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh masyarakat terutama pada sanitasi produk yang dihasilkan sehingga konsumen lebih tertarik untuk membelinya. Hasil pengabdian ini sejalan dengan dengan temuan (Sulaeman, 2018) bahwa pelatihan dapat meningkatkan pemahaman peserta





KESIMPULAN

Dari hasil pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan kemasan, dapat disimpulkan bahwa keterampilan dan pengetahuan masyarakat dalam pengemasan mengalami peningkatan. Sehingga kedepannya produk yang dihasilkan dapat terkemas dengan baik dan sanitasinya tetap terjaga dan partisipasi masyarakat dalam mengikuti kegiatan pelatihan cukup baik, sehingga dapat membantu kelancara kegiatan yang dilaksanakan.

Daftar Pustaka

- Cenadi, C.S. 2000. *Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran*. Nirmana Vol. 2, No. 1, Januari 2000, pp. 92 – 103.
- Gonzalez, M.P., Thorhsbury S., & Twede D. 2007. Packaging as a tool for product development: Communicating value to consumers. *Journal of Food Distribution Research*, 38 (1), pp. 61-66.
- Mudra, I.W. 2010. *Desain Kemasan Produk*. Pelatihan Pembuatan Kemasan Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar
- Nurmayanti. 2012. Amerta Indah Otsuka Targetkan Penjualan Rp 2 Triliun. <http://www.indonesiafinancetoday.com/read/20773/Amerta-Indah-Otsuka-Targetkan-Penjualan-Rp-2-Triliun>.
- Rundh, B. 2005. *The multi-faceted dimension of packaging*. *British Food Journal*, 107 (9), 670-684.
- Sulaeman, M. (2018). Efektifitas Pelatihan Keterampilan Berusaha Dan Bantuan Stimulan Usaha Ekonomis Produktif Terhadap Pengentasan Kemiskinan (Studi Kasus Di Kota Banjar). *Jurnal Terapan Abdimas*, 3(1), 28. <https://doi.org/10.25273/jta.v3i1.2164>
- Wirya, I. 1999. *Kemasan yang Menjual*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Yu, H. J. & Kincade, D. H. 2001. *Effects of product image at three stages of the consumer decision process for apparel products: alternative evaluation, purchase and post-purchase*. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 5 Iss: 1 pp. 29 – 43.