

PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK HASIL PERTANIAN DI KELOMPOK WANITA TANI BAROKAH

Nuni Anggraini¹, Muhammad Zaini², Luluk Irawati³, Shinta Tantriadisti^{4*}, Maria Ulfah⁵

Program Studi Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Negeri Lampung, Bandar Lampung
Jl. Soekarno Hatta No.10, Rajabasa Raya, Rajabasa, Bandar Lampung 35141
Penulis Korespondensi : shintadist19@gmail.com

Abstrak

Produk yang dihasilkan KWT Barokah masih diolah sangat sederhana, terutama dalam pengemasan produknya, kondisi ini dikarenakan minimnya pengetahuan KWT akan kelengkapan atribut kemasan produk. Padahal peran kemasan sangat penting karena menciptakan kesan pertama bahkan sebelum produk dikonsumsi. Pada perkembangan kemasan berfungsi dari sebuah pelindung dari sebuah produk tapi lebih dari itu. Desain kemasan justru menguatkan persepsi sebuah kualitas produk. Tampilan dan estetika kemasan sangat penting dalam membangun brand sebuah produk. Kemasan produk pada KWT Barokah, hanya menggunakan plastik kemasan biasa tanpa atribut kemasan yang lengkap, terlihat tidak menarik sehingga tidak marketable. Ketika ada pesanan dalam jumlah banyak, maka kemasan sekunder yang digunakan adalah plastik besar polos saja, sehingga tidak mencirikan kekhasan dan identitas produk KWT Barokah. Kondisi ini menjadi kendala bagi KWT untuk memasuki pasar baru. Metode pelaksanaan ditempuh dengan dua kegiatan yaitu persiapan dan pelatihan. Pelatihan bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan Kelompok Wanita Tani dalam melakukan pengemasan produk yang menarik dan penerapan digital marketing pada produk yang dihasilkan guna meningkatkan penjualan produk atau memenangkan persaingan dalam pemasaran produk pangan olahan. Hasil dari pelatihan tersebut dapat meningkatkan pengetahuan anggota KWT Barokah dalam melakukan pengemasan produk yang menarik dan penerapan digital marketing untuk perluasan penjualan produk yang dihasilkan..

Kata kunci: Bandar Lampung, digital marketing; kemasan produk; KWT Barokah

1. Pendahuluan

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 rumah tangganya. KWT Barokah merupakan salah satu kelompok wanita tani yang berada di Kelurahan Gedong

Meneng, Kecamatan Rajabasa yang letaknya hanya ± 5 Km dari Kampus Politeknik Negeri Lampung. KWT ini dibentuk dengan tujuan sebagai upaya melibatkan kaum perempuan dalam usaha-usaha peningkatan hasil pertanian di daerah perkotaan yang diketuai oleh Ibu Sukri Legini. Saat ini KWT Barokah memiliki anggota sebanyak 28 orang. KWT ini bergerak dalam bidang usaha budidaya sayuran antara lain selada, kangkung, dan sayuran daun lainnya.

Hasil olahan dijual ke warga sekitar untuk menambah kas KWT. Produk yang dihasilkan KWT ini masih dikemas sangat sederhana, 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 Barokah. Padahal peran kemasan sangat penting

karena menciptakan kesan pertama bahkan sebelum produk dikonsumsi.

Pada awalnya kemasan (*packaging*) adalah satu komponen penting digunakan untuk mengemas suatu benda/produk agar tetap dalam kondisi yang baik (Setiawan & Oemar, 2015). Pada perkembangannya, kemasan berfungsi lebih dari sebuah pelindung sebuah produk tapi juga bisa menjadi penciri dari produk itu sendiri. 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 (Theophany, Bramantya, & Sutanto, 2014).

Pengemasan memegang peranan penting dalam pengawetan dan mempertahankan mutu suatu produk makanan. Makanan yang diberi wadah atau pembungkus akan tercegah dari kerusakan, pencemaran (debu) serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran). Disamping itu pengemasan berfungsi untuk menempatkan suatu hasil pengolahan atau produk industri agar mempunyai bentuk-bentuk yang memudahkan dalam penyimpanan, pengangkutan dan distribusi.

Kemasan produk pada KWT Barokah, hanya menggunakan plastik kemasan polos biasa tanpa atribut kemasan yang lengkap sehingga terlihat tidak menarik dan 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 plastik besar polos saja, sehingga tidak mencirikan kekhasan dan identitas produk KWT Barokah. Kondisi ini menjadi kendala bagi KWT untuk masuk pasar baru.

Sebagai KWT yang masih mencari pasar baru, mau tidak mau harus menghadapi persaingan dengan usaha lain yang sudah lebih dulu eksis. Menurut Uchyani dan Irianto (2016) 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.

Berdasarkan analisis situasi yang telah disampaikan, dapat dijelaskan bahwa persoalan mendasar bagi KWT Barokah adalah kemasan produk masih sederhana dan kurang menarik oleh karena itu perlu dilakukan perbaikan, dikarenakan untuk memperluas pasar diperlukan desain kemasan dan label yang menarik. Kemasan yang menarik dan label yang informatif juga diperlukan dalam menarik konsumen untuk memutuskan pembelian produk (Darmawan, 2017).

Selain perbaikan kemasan, permasalahan lain yang dihadapi oleh KWT Barokah adalah dalam bidang pemasaran. Pemasaran yang dilakukan oleh KWT Barokah kebanyakan masih dilakukan secara offline kepada para anggota dan masyarakat sekitar. Oleh karenanya, perlu juga dilakukan digitalisasi pemasaran mengingat saat ini merupakan era digital, sehingga digitalisasi pemasaran menjadi penting untuk dilakukan, apalagi selama ini KWT Barokah hanya melakukan pemasaran online via aplikasi WhatsApp dan belum memanfaatkan aplikasi lain seperti *Marketplace* Facebook, Instagram, Tiktok, Shopee, Tokopedia, dan lain-lain yang bisa menjangkau lebih banyak konsumen.

2. Bahan dan Metode

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan pada Bulan Agustus 2024. Tempat pelaksanaan di KWT Barokah yang terletak di Kelurahan Gedong Meneng Kecamatan Rajabasa Kota Bandar Lampung Propinsi Lampung. Dalam Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM), metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai permasalahan yang dihadapi Mitra (Kelompok Wanita Tani Barokah) adalah dengan cara pendekatan partisipatif aktif antara tim pengusul dengan mitra. Tim pengusul sebagai pengendali Program Pengabdian Kepada Masyarakat yang berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan kepada mitra.

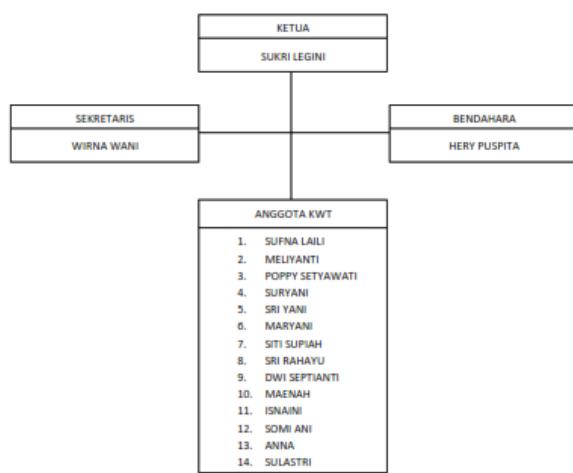
Kegiatan Pengembangan Desain kemasan untuk mendukung pemasaran produk hasil pertanian pada KWT Barokah sebagai solusi permasalahan yang dihadapi akan dilakukan selama bulan Agustus 2024. Adapun pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk:

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

3. Hasil dan Pembahasan

a. Profil KWT Barokah

Program Ketahanan Pangan yang digagas oleh IZI Lampung bersama YBM PLN, bersama-sama menginisiasi terbentuknya Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah yang beralamat di Jl. Cempedak, Gg. Barokah, Kelurahan Gedong Meneng, Bandar Lampung. KWT Barokah beranggotakan ibu-ibu yang merupakan penerima manfaat dalam program ini. Sebagian dari anggota KWT Barokah merupakan mustahik dan sebagian lagi tidak termasuk kedalam mustahik, namun memiliki tingkat pengetahuan tentang pertanian, sehingga diharapkan dapat menjadi penggerak untuk mensukseskan program ini. KWT Barokah resmi terbentuk pada tanggal 3 Oktober 2023, dan sudah terdaftar di dinas pertanian dengan nomor registrasi 18.71.0011.0011/KWT/15.11.2022. Struktur organisasi dari KWT Barokah dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Stuktur Organisasi KWT Barokah

b. Pelaksanaan Kegiatan

Pada hari Rabu tanggal 28 Juli 2024, tim dosen Program Studi Pengelolaan Agribisnis yang terdiri dari 5 orang dosen dari Program Studi (Prodi) Pengelolaan Agribisnis, yang terdiri dari ketua dan 4 anggota, yaitu Nuni Anggraini, S.P., M.Si., Muhammad Zaini, S.P., M.P., Luluk Irawati, S.P., M.T.A., Maria Ulfah, S.P., M.Si., dan Shinta Tantriadisti, S.P., M.Si. telah melakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani (KWT) Barokah yang terletak di Jl. Gang Kunir Gedong Meneng. Kegiatan PKM yang dilaksanakan berupa

kegiatan Pengembangan Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Hasil Pertanian.



Gambar 2. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Pengembangan Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Hasil Pertanian di KWT Barokah

Kegiatan PKM ini juga dibantu oleh dua orang mahasiswa yang berasal dari Prodi Pengelolaan Agribisnis, yaitu Yeni Damayanti dan Risma Kurniawati yang berperan dalam membantu menyiapkan alat dan bahan dalam kegiatan PKM. Kegiatan ini dihadiri oleh 15 anggota KWT Barokah yang diketuai oleh Sukri Legini. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan ini bertujuan agar dapat meningkatkan penjualan produk hasil pertanian berupa sayuran segar.

Kegiatan yang telah dilakukan dalam pengabdian kepada masyarakat tersebut adalah penyuluhan mengenai desain pengemasan sayuran yang akan dijual agar dapat meningkatkan harga jual sayuran tersebut. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadikan para ibu rumah tangga menjadi lebih produktif dan lebih menghasilkan, sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan rumah tangga. Kegiatan ini ditujukan kepada KWT Barokah yang berada di Kota Bandar Lampung sebagai sarana untuk memberdayakan para ibu rumah tangga yang berada di sekitar Kota Bandar Lampung.

Beberapa tahapan yang telah dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah:

Tahap pertama adalah kunjungan ke KWT Barokah sebagai lokasi pengabdian untuk melaksanakan survey dan berdiskusi dengan ketua KWT Barokah agar dapat mengidentifikasi masalah

yang terdapat disana dan menentukan solusi yang akan diberikan dari masalah tersebut.

Tahap kedua adalah melakukan kegiatan penyuluhan terkait pengembangan desain kemasaran untuk pemasaran produk sayuran segar serta pemberian bantuan kepada KWT Barokah.

Tahap ketiga adalah melakukan kegiatan penyuluhan terkait budidaya sayuran dan pemberian bantuan berupa bibit sayuran dan pupuk kambing.

Tahap keempat adalah evaluasi kegiatan Program KRPL yang dilakukan oleh KWT Barokah sebagai mitra kegiatan PKM agar dapat mengetahui apakah terjadi perubahan pengetahuan setelah diberikan penyuluhan dan pelatihan.

c. Evaluasi Kegiatan

Kegiatan PKM yang telah dilaksanakan di KWT Barokah Kota Bandar Lampung bertujuan agar dapat membantu KWT Barokah dalam meningkatkan pemasaran dengan cara pengembangan desain kemasan produk hasil pertanian berupa sayuran segar. Kegiatan evaluasi yang dilakukan dalam kegiatan PKM yang bertujuan untuk melihat ketercapaian tujuan terdiri dari 4 kegiatan evaluasi. Tahapan evaluasi dari kegiatan PKM ini adalah: evaluasi awal, evaluasi proses, dan evaluasi akhir, serta evaluasi dampak perubahan setelah adanya kegiatan PKM yang telah dilaksanakan.

- Tahapan evaluasi awal

Tahapan evaluasi awal dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan kepada peserta (anggota KWT Barokah) yang memiliki tujuan agar dapat mengetahui kondisi awal pengetahuan peserta mengenai Program KRPL. Hasil awal evaluasi ini dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat pengetahuan anggota KWT Barokah mengenai pengembangan desain kemasaran sebesar 35%. Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan peserta mengenai desain kemasan ini masih rendah.

- Tahapan evaluasi proses

Tahapan evaluasi proses dilaksanakan dengan cara melihat antusiasme peserta selama kegiatan penyuluhan berlangsung. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan PKM ini berjumlah 15 orang. Antusiasme peserta pada penyuluhan sesi awal selesai, peserta jadi mengetahui mengenai arti pentingnya KRPL. Pendampingan yang telah dilakukan terkait pengembangan desain kemasan pada KWT Barokah Gedong Meneng adalah dengan cara memberikan edukasi terkait kemasan yang baik

dan sesuai untuk pemasaran sayuran segar serta pembuatan label kemasan untuk memberikan daya tarik dan ciri khas produk KWT Barokah. Kegiatan PKM ini sebagai upaya meningkatkan penjualan dan pedapatan KWT Barokah sehingga proses budidaya sayur dapat dilakukan secara terus menerus.

- Tahapan evaluasi akhir

Tahapan evaluasi akhir dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan yang sama kepada peserta seperti yang diberikan di tahap evaluasi awal. Tahap evaluasi akhir ini bertujuan untuk melihat apakah ada peningkatan pengetahuan peserta dari KWT Barokah mengenai desain kemasan. Dari hasil jawaban yang diberikan oleh peserta, dapat dilihat bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh peserta setelah dilakukan penyuluhan desain kemasan dalam kegiatan PKM ini menjadi meningkat sebesar 85%. Hasil evaluasi akhir tersebut menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman dan pengetahuan peserta dari KWT Barokah mengenai desain kemasan yang cukup signifikan. Diharapkan dengan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman mengenai desain kemasan ini, dapat membantu peserta dan masyarakat disekitaran Kota Bandar Lampung untuk dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan produk-produk hasil pertanian berupa sayuran segar.

- Tahapan evaluasi dampak perubahan setelah kegiatan PKM

Dampak perubahan peserta kegiatan PKM Penyuluhan desain kemasan dapat dilihat dari adanya anggota kelompok yang sudah mulai menggunakan plastik kemasan dan selotip label *fresh* untuk produk sayuran segar. Berikut label produk kemasan yang diusulkan untuk pengemasan produk hasil pertanian di KWT Barokah.



Gambar 3. Usulan label produk

4. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah: (1) Adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman

anggota KWT Barokah mengenai desain kemasan, sehingga diharapkan dapat membantu peserta dan masyarakat sekitar untuk meningkatkan pemasaran dan penjualan produk-produk hasil pertanian berupa sayuran segar. (2) Hasil budidaya berupa sayuran organik seperti pakcoy, kangkung dan bayam selain untuk konsumsi anggota juga dapat dijual ke masyarakat sekitar sehingga dapat menambah kas KWT Barokah. Dampak perubahan dapat dilihat dari adanya anggota kelompok yang sudah mulai menggunakan plastik kemasan dan selotif label fresh untuk produk sayuran segar.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diucapkan kepada para rekan-rekan dan keluarga yang sudah membantu dan mendukung kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini sehingga dapat berjalan lancar dan sukses. Tak lupa pula kami mengucapkan terima kasih kepada KWT Barokah sebagai mitra yang bersedia untuk membantu pelaksanaan kegiatan PKM ini.

Daftar Pustaka

- Anggraini, Nuni, Cholid Fatih, M. Zaini, Edy Humaidi, and Sutarni. 2020. "Digital Marketing Produk Pertanian Di Desa Sukawaringin Kecamatan Bangunrejo Kabupaten Lampung Tengah." Pengabdian Nasional 1(1):36–45.
- Cenadi, C.S. 2000. Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. Nirmana, 2(2): 92–103.Tersedia di <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>.
- Darmawan, D. 2017. Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. Agrimas, 1(April): 1–10.
- Setiawan, R. D., & Oemar, E. A. B. (2015). Pengembangan desain kemasan kripik singkong UD Aji Jaya Makmur. Jurnal Pendidikan Seni Rupa, 3(3), 183–189.
- Theophany, H., Bramantya, B., & Sutanto, R. P. (2014). Studi visual perubahadesain kemasan sosis “Bernardi ” tahun 2009-2013. Jurnal Desain Komunikasi Viasual Adiwarna, 1-13
- Uchyani, R. dan Irianto, H. 2016. Pengembangan Pasar Produk Olahan Kacang Melalui Perbaikan Kemasan. AJIE-Asian Journal of Innovation and Entrepreneurship. Vol. 01. No. 01. Januari 2016 : 62 – 67.