

Peningkatan Pengetahuan dalam Pengenalan Kemasan Produk Unggulan Khas Desa Sungsang IV, Kabupaten Banyuasin

Triana Rosalina Dewi*, Novita W.S, Nurbaeti
Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti

*Trianadewi@stptrisakti.ac.id

Abstract

Packaging is one of the most important features of product and served as the sales promotion tools for a product. Packaging has a very important role because it is always related to the product being packaged and has a sale value and product image. The purpose of product packaging design training for a group of fisher women in Sungsang IV Village, Banyuasin District, South Sumatra, is to provide insight related to the design and form of packaging that make products more valuable and safer for the environment because the packaging materials are easily recycled. The method applied in this activity is presentation to introduce the form and packaging design. Then the demonstration method of good product packaging examples adapted to products produced by fisher women groups, followed by a discussion to analyze and compare other product packaging examples. The last method is evaluation by observing the results of the training. The participants seemed very enthusiastic and actively discussed the development of product packaging to be more valuable and environmentally friendly. Assistance will continue after this training activity. The work team consisting of lecturers and students from Trisakti School of Tourism will always be ready to guide and direct community who have product business in developing their products related to culinary.

Keywords: *Training, Packaging Design, Fisherwomen Group.*

Abstrak

Salah satu yang menarik dari sebuah produk adalah kemasan. Kemasan merupakan salah satu alat promosi penjualan suatu produk. Kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena selalu terkait dengan produk yang dikemas dan memiliki nilai jual serta citra produk. Pelatihan desain kemasan produk untuk kelompok wanita nelayan di Desa Sungsang IV Kabupaten Banyuasin, Sumatera Selatan, ini untuk memberikan wawasan desain dan bentuk kemasan yang membuat produk menjadi lebih bernilai dan aman untuk lingkungan karena mudah didaur ulang. Metode yang diterapkan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi mengenai pengenalan bentuk dan desain packaging, Metode demonstrasi mengenai contoh kemasan produk yang baik disesuaikan dengan produk yang diproduksi oleh ibu-ibu kelompok wanita nelayan, dilanjutkan dengan diskusi untuk menganalisis contoh kemasan produk perbandingan lainnya. Metode evaluasi dengan mengamati hasil pelatihan yang didapat, yaitu peserta terlihat sangat antusias dan berdiskusi aktif untuk pengembangan kemasan produknya agar lebih bernilai jual dan ramah untuk lingkungan. Pendampingan akan terus dilakukan setelah kegiatan pelatihan ini. Tim pelaksana yang terdiri dari para dosen dan mahasiswa dari Program Studi Perhotelan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti akan selalu siap membimbing dan mengarahkan pelaku usaha dalam pengembangan usahanya.

Kata Kunci: Pelatihan, Desain Kemasan, Kelompok Wanita Nelayan.

PENDAHULUAN

Desa Sungsang IV berlokasi di kecamatan Banyuasin II, Kabupaten Banyuasin Sumatera Selatan. Letak geographis Desa Sungsang IV berada di area muara Sungai Musi yang berbatasan dengan Laut China Selatan atau laut Bangka. Kondisi geographis ini menjadikan Desa Sungsang IV sebagai desa nelayan, karena mayoritas penduduknya bekerja sebagai nelayan. Menurut UU no 06 Tahun 2014 Tentang Desa, disebutkan “Desa adalah desa dan desa adat atau yang disebut dengan nama lain, selanjutnya disebut Desa, adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintahan, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul, dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia”

Desa Sungsang IV terkenal dengan hasil lautnya yang berlimpah seperti ikan dan udang. Warga Desa menyadari bahwa hasil kekayaan laut yang melimpah dapat dijadikan sarana oleh warga untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Potensi hasil laut tersebut oleh sebagian warga yang memiliki inisiatif diolah dan dibuat produk seperti: kemplang (kerupuk) mentah, pempek udang, tekwan udang kering, kemplang ikan bakar, sate ikan (otak-otak), ciluk (terasi) dan kecap udang (petis). Namun, dari produk-produk yang dihasilkan tersebut pengelolaan dan pengemasannya masih tradisional. Menurut (Kotler dan Keller dalam Dewi et. al, 2015) Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide. Sebuah produk akan sempurna jika dilengkapi dengan sebuah visual yang dapat menarik perhatian para konsumen. Terdapat beberapa unsur yang terkandung dalam sebuah visual (Moser, 2006): yaitu Logo, Kemasan, Warna. Kemasan produk masih sebatas menggunakan kemasan plastik polos tanpa label logo dan tanpa warna sangat tidak menarik, sehingga perlu adanya sentuhan kemasan yang menarik agar produk yang dijual dapat menarik minat konsumen, karena salah satu faktor penting dari sebuah produk adalah kemasan. Suatu produk dapat memuaskan konsumen bila dinilai dapat memenuhi atau melebihi keinginan dan harapannya (Spreng dalam Mulyono, 2007).

Kotler & Armstrong (2011) mendefinisikan “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Sementara menurut Zen *et al* (2017) bahwa kemasan memegang peran penting yang dapat memberikan nilai tambah pada suatu produk sehingga memiliki nilai jual serta citra produk yang tinggi. Nilai jual ini akan meningkat jika produk yang dibuat mendapat nilai tambah dari kemasan yang dibuat dengan desain yang menarik. Sedangkan citra produk sangat erat terkait dengan gambaran fisik produk sehingga dalam fikiran konsumen akan semakin jelas apabila produk itu dibuat dan dikemas secara baik, dengan kata lain produk yang dihasilkan dapat memberikan kesan baik dan nilai tambah bagi konsumen. Selain itu kemasan juga sebagai salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk dan berfungsi sebagai media pemasaran yang jitu sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong dalam Alfin NF Mufreni (2016).

Dalam era persaingan yang semakin kuat untuk memperebutkan dan membuat konsumen menjadi yakin dalam memilih dan membeli produk terhadap merek tertentu melalui kemasan yang baik. Selain itu juga kemasan yang menarik akan memengaruhi keputusan pembelian karena kemasan produk yang menarik akan mendorong seorang konsumen untuk memberikan kemudahan dalam penggunaan maupun penyimpanan. (Zulkarnain dan Ulfah, 2008).

Kemasan seringkali disebut juga sebagai “*the silent sales-man/girl*” karena

mewakili ketidakhadiran pelayan dalam menunjukkan kualitas produk. Untuk itu kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Para pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai pesona produk (*the product charm*), sebab kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yang tidak saja untuk memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*), (Zen et al., 2017).

Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti sebagai salah satu Perguruan Tinggi Pariwisata di DKI Jakarta berkesempatan mendapatkan hibah dari Yayasan Belantara untuk berkontribusi dalam mengembangkan potensi yang dimiliki Desa Sungsang IV melalui kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat yang bertujuan melakukan pengembangan produk unggulan bersama masyarakat Desa Sungsang IV. Mitra dari program pengabdian ini adalah ibu-ibu yang terbentuk dalam kelompok wanita nelayan dan pemuda karang taruna. Mereka adalah istri para nelayan yang kesehariannya sebagai ibu rumah tangga, pedagang ikan dan sekaligus sebagai pengelola kuliner hasil olahan berbahan dasar ikan dan udang. Peran ibu rumah tangga menunjuk sebagai fungsi, penyesuaian, dan proses. Artinya perempuan nelayan melaksanakan perannya sesuai dengan fungsinya sebagai istri dan ibu dalam rumah tangga dan berusaha menyesuaikan diri pada lingkungan sosial dan ekonomi rumah tangga (Soekanto dalam Rostiyati, 2015). Antusiasme masyarakat untuk mengembangkan produk unggulan sangat luar biasa dan merupakan modal bagi Desa Sungsang IV dalam meningkatkan ekonomi daerahnya. Sehingga dengan mudah pengabdian dapat dilaksanakan. Pelaksanaan kegiatan pengabdian selain berlangsung di Balai Desa, juga dilaksanakan di rumah-rumah penduduk sehingga memudahkan dalam mempraktekan secara langsung dari teori pembuatan produk dan keamsan yang didapat.

Sebagaimana kita ketahui dalam era globalisasi saat ini, kemasan mempunyai peranan yang sangat penting karena menyangkut produk yang dikemas dan keputusan pembelian konsumen (Nuryanti & Rahman, 2008). Berdasarkan permasalahan dan pembahasan di atas menimbulkan gagasan penting, yakni membuat kemasan dan desain kemasan yang menarik dan ramah lingkungan dalam rangka meningkatkan daya saing produk Desa Sungsang IV sehingga mampu berkompetisi dengan produk lokal lainnya baik di dalam negeri maupun luar negeri.

METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Metode yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian pada masyarakat ini adalah menggunakan metode presentasi, demonstrasi dan diskusi tentang pengenalan jenis, bentuk, ukuran, desain kemasan, dan label yang menarik. Metode presentasi menjelaskan secara singkat pengetahuan tentang kemasan dan cara pengurusan izin produksi. Pada saat penyampaian demo, tim pelaksana menyampaikan contoh kemasan produk yang baik menyesuaikan dengan produk yang diproduksi oleh ibu-ibu kelompok wanita nelayan, kemudian dilanjutkan dengan diskusi untuk menganalisis beberapa kemasan produk pembanding dan memberikan kesempatan kepada para peserta untuk bertanya.



Gambar 1. Tim Pelaksana Melakukan Presentasi Kemasan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat selain memberikan pengetahuan secara teoritis kepada peserta tentang pembuatan produk inovasi dari sumber daya alam yang dimiliki untuk menjadi Produk Unggulan khas Sungsang IV, selain itu juga mereka dibekali pengetahuan tentang kemasan, pembuatan desain kemasan yang menarik dan memiliki nilai jual, pemilihan logo, dan pengetahuan tentang cara membedakan kemasan berdasarkan fungsi jenis dan bahannya, standar kemasan yang sesuai dengan produk, pemilihan kemasan yang ramah lingkungan, pengetahuan tentang cara dan peraturan labeling produk, yang meliputi informasi yang tercantum dalam kemasan, persyaratan dan ketentuan tentang label.



Gambar 2. Produk Unggulan

Pelaksanaan pelatihan ini dilaksanakan dalam bentuk penyuluhan, diskusi dan tanya jawab. Dari hasil diskusi yang dilaksanakan dihasilkan 5 pilihan produk kemasan yaitu, kemasan krupuk, kemasan terasi, kemasan coconut chip, kemasan pastel kering dan kemasan Abon. Peserta dijelaskan juga tentang betapa pentingnya sebuah merek dan cara pendaftaran merek. Materi lain yang diberikan adalah pembuatan izin produk industri rumah tangga yang merupakan prasyarat penting yang dibutuhkan oleh peserta untuk dapat menjual produknya.



Gambar 3. Label Kemasan

KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pengabdian pada masyarakat memberikan hasil berupa pengetahuan yang dapat diaplikasikan secara langsung serta memberikan semangat kepada kelompok wanita nelayan dan pemuda karang taruna untuk terus berproduksi secara berkesinambungan agar dapat meningkatkan ekonomi rumah tangganya.

Kemasan dan label yang digunakan untuk produk unggulan khas Desa Sungsang IV merupakan kemasan ramah lingkungan dan mudah untuk didaur ulang sehingga aman untuk lingkungan. Hal ini merupakan keunikan menarik minat konsumen untuk membeli dan kemasan yang digunakan yang dapat mampu memiliki daya saing dengan kompetitor lainnya sehingga juga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti atas dukungannya kepada kami dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat, kepada Yayasan Belantara sebagai penyokong dana dan peralatan serta Kepala Desa Sungsang IV beserta jajarannya yang telah menjembatani tim pelaksana dengan peserta dalam melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada bulan Juli 2018.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, R. N., & Hidayat, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam. *JURNAL AKUNTANSI, EKONOMI dan MANAJEMEN BISNIS/ e-ISSN: 2548-9836*, 3(1), 32-40.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Principle of Marketing* (edisi 14). Global Edition. Pearson Prentice Hall.
- Moser, M. (2006). *United We Brand: Menciptakan Merek Kohesif yang Dilihat, Didengar, dan Diingat*. ESENSI.
- Mulyono, B. H. (2008). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Perumahan Puri Mediterania Semarang)* (Doctoral dissertation, program Pascasarjana Universitas Diponegoro).
- Nuryanti, B. L., & Rahman, A. Y. (2008). Pengaruh variasi dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian teh kotak ultrajaya (Survei pada Mahasiswa FPIPS Universitas Pendidikan Indonesia). *Strategic: Jurnal Pendidikan Manajemen Bisnis*, 8(2), 31-43.
- Rostiyati, A. (2015). Peran Ganda Perempuan Nelayan di Desa Muara Gading Mas Lampung Timur. *Patanjala*, 10(2), 291857.
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DI KECAMATAN TAMBANG, KABUPATEN KAMPAR. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 12-15.