

PACKAGING LABELING DAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN UKM GULAJAHE DESA GUNUNG KIJANG

Evita Sandra¹, Alfi Hendri², Betty Leindarita, Recky³, Qurrotul Hasina⁴, Gea Putri Ramadhani⁵,
Aulia Octaviani⁶, Zuria Ayati⁷, William⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Akuntansi dan Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang

email : evitasandra.es@gmail.com¹, au.auliaoctaviani@gmail.com², geaputrir@gmail.com³,
qurrotulhasina@gmail.com⁴, reckyrec22@gmail.com⁵, zuriaayati09@gmail.com⁶, williamgembul@gmail.com⁷

Abstrak

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki pengaruh penting dalam pertumbuhan ekonomi daerah dan berpotensi untuk mengenalkan produk lokal ke luar negara. UKM Gula Jahe Ibu Eni menjual gula jahe alami yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh dan berlokasi di Desa Gunung Kijang, Kabupaten Bintan. Masalah yang dihadapi oleh UKM Gula Jahe ini yaitu kemasannya yang masih sederhana, label produk yang kurang menarik serta pemasaran produk yang masih mencakup wilayah tertentu dan belum adanya promosi produk. Tujuan dilakukannya kegiatan ini ialah untuk melakukan pengemasan, pelabelan dan digital marketing pada usaha gula jahe Ibu Eni untuk menambah nilai jual dari produk yang dihasilkannya. Realisasi pemecahan masalah yang dihadapi oleh UKM Gula Jahe Ibu Eni adalah dengan membuat akun media sosial, memperbarui kemasan dan label produk, serta mempromosikan produk gula jahe Ibu Eni di media sosial. Metode penyelesaian masalah ialah dengan melakukan pengamatan dan wawancara kepada pemilik usaha mengenai desain label dan kemasan produk yang diinginkan serta pembahasan mengenai promosi produk secara online. Hasil dari kegiatan ini berupa kemasan dan label produk yang sudah diperbarui menjadi lebih aman dan menarik, kemudian produk gula jahe sudah dapat dipromosikan di media sosial yang telah dibuat oleh penulis untuk UKM Ibu Eni dalam rangka menarik minat pembeli.

Kata kunci : Packaging, Labelling, Digital Marketing, Produk, Promosi

Abstract

Small and Medium Enterprises (SMEs) have an important influence on regional economic growth and have the potential to introduce local products abroad. SMEs Sugar Ginger Mrs. Eni sells natural ginger sugar which is beneficial for health and is located in Gunung Kijang Village, Bintan Regency. The problem faced by this Ginger Sugar SMEs is that the packaging is still simple, product labels are less attractive and product marketing still covers certain areas and there is no product promotion. The purpose of this activity is to carry out packaging, labeling and digital marketing for Mrs. Eni's ginger sugar business to increase the selling value of the products. Realization of solving the problem Mrs. Eni's Ginger Sugar SMEs is by creating social media accounts, updating product packaging and labels, and promoting ginger sugar products on social media. The method of solving the problem is by observing and interviewing business owners regarding the desired product label and packaging design as well. The results of this activity are product packaging and labels that have been updated to make them safer and more attractive, then ginger sugar products can be promoted on social media that has created for UKM in order to attract buyers.

Keyword : Packaging, Labelling, Digital Marketing, Product, Promotion

PENDAHULUAN

Desa Gunung Kijang merupakan salah satu desa di wilayah Kecamatan Gunung Kijang Kabupaten Bintan. Wilayah Desa Gunung Kijang secara geografis dibatasi oleh wilayah desa-desa serta laut. Pada wilayah Desa Gunung Kijang, yang menjadi objek dalam proses pengamatan penulis ialah wilayah RW 004 yaitu warga RT 003 dan warga RT 009. Setelah melakukan proses observasi terhadap beberapa sampel UMKM yang ada di wilayah RT 003 dan RT 009, maka penulis menetapkan Usaha Kecil Menengah (UKM) gula jahe yang beralamat di Jalan Tirta Madu Kampung Banjar Lama RT 003 RW 004 Desa Gunung Kijang, Kabupaten Bintan sebagai target sasaran penelitian yang akan dilaksanakan. Ibu Eni adalah Salah satu warga Desa Gunung Kijang yang merupakan pemilik UKM yang menjual berbagai macam barang sembako, namun yang menjadi produk utama pada usahanya

ialah produk gula jahe yang bergerak dibidang olahan dan pangan.

Penulis tertarik untuk menjadikan usaha ini sebagai objek pengabdian, dikarenakan usaha masyarakat ini masih tergolong kecil. Beberapa kendala yang penulis temukan pada usaha gula jahe yang diproduksi oleh Ibu Eni salah satunya yaitu kemasan yang dipasarkan kurang menarik dan tidak cukup aman untuk produk gula jahe yang berbentuk serbuk dan dikhawatirkan mudah rusak. Lalu untuk pelabelan, pada produk gula jahe Ibu Eni tidak dideskripsikan informasi seperti komposisi dan manfaat mengenai produk gula jahe tersebut, hanya tertera nama produk saja. Selanjutnya permasalahan terakhir yang penulis temukan ialah kurangnya pemasaran produk gula jahe Ibu Eni secara digital, target pembeli produk gula jahe Ibu Eni hanya bergantung pada masyarakat yang ada di Desa Gunung Kijang.

Dalam hal ini, penulis ingin membantu usaha gula jahe Ibu Eni untuk mengembangkan usahanya dengan membuat kemasan yang aman beserta label semenarik mungkin dan membantu Ibu Eni mempromosikan produk gula jahenya melalui media sosial guna menambah nilai jual dari gula jahe tersebut dan menambah pendapatan dalam hal ekonomi khususnya dan perekonomian masyarakat Desa Gunung Kijang. Salah satu unsur penting dalam suatu proses pemasaran produk ialah proses pengemasan / kemasan atau yang sering dikenal dengan sebutan packaging. Proses pengemasan adalah suatu aktivitas merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk dengan desain yang lebih menarik minat [1]. Selain pengemasan, hal lain yang dapat meningkatkan nilai dan mutu suatu produk ialah pelabelan, pelabelan sendiri merupakan suatu identitas yang berbentuk sebuah label untuk mendeskripsikan suatu produk secara jelas [2].

Namun yang terpenting tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian ini ialah untuk melakukan pengemasan, pelabelan dan digital marketing pada usaha gula jahe Ibu Eni dalam mengembangkan usahanya melalui pengemasan yang menarik untuk menambah nilai jual dari produk yang dihasilkannya agar produk gula jahe ini bisa bersaing dengan produk-produk terdahulu yang sudah ada di pasaran sehingga dapat meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Seperti halnya, media sosial yang dapat dimanfaatkan untuk membantu UKM dalam memasarkan produk mereka. Aplikasi media sosial tersebut memiliki tujuan untuk menyebarkan informasi tentang pengalaman konsumen dalam menggunakan atau mengkonsumsi produk dengan merek tertentu, sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen lain yang dapat berpengaruh pada peningkatan keuntungan bagi UKM [3]. Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti dengan judul pengabdian yaitu "Packaging, Labelling dan Digital Marketing sebagai Strategi Pemasaran UKM GulaJahe Desa GunungKijang"

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian dalam permasalahan packaging, labeling, dan digital marketing pada produk gula jahe di Desa Gunung Kijang yaitu dengan metode pengamatan (observasi) dan wawancara. Pengamatan atau observasi dilakukan dengan cara mengamati terlebih dahulu lalu mendiskusikan tentang kemasan dan label kepada Ibu Eni, guna meningkatkan pengetahuan masyarakat dan dapat memahami informasi apa saja yang dibutuhkan dalam kemasan yang baik serta label yang memenuhi syarat. Pengumpulan data dalam permasalahan dilakukan dengan cara wawancara pada saat survey di lokasi usaha gula jahe Ibu Eni. Penulis memberikan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan produk gula jahe tersebut, yang akan menjadi bahan evaluasi bagi penulis untuk melakukan packaging, labeling, dan digital marketing pada usaha gula jahe Ibu Eni. Masalah yang ditemukan ialah bahwa kemasan pada produk gula jahe yang di produksi kurang menarik dan kurang aman untuk jenis produk yang berupa serbuk serta label produk tidak mendeskripsikan produk dengan baik, lalu produk gula jahe juga masih terkendala pada sasaran pembeli.

Pemecahan masalah yang dilakukan penulis ialah merealisasikan beberapa program kerja agar dapat menyelesaikan permasalahan tersebut yaitu, mengganti kemasan plastik pada gula jahe menjadi kemasan sachet berukuran ± 20 gram, lalu menambahkan label untuk mendeskripsikan komposisi dan manfaat mengkonsumsi produk gula jahe tersebut agar dapat menambah pengetahuan konsumen terhadap produk, penulis juga mempromosikan produk gula jahe melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Realisasi pemecahan masalah dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada hari Jumat, 11 November 2022 pukul 13.30 WIB yang berlokasi di Warung Ibu Eni Maryati yaitu dengan membantu Ibu Eni melakukan proses pembuatan gula jahe secara langsung sebagai produk utama yang akan dijual. Pada proses pembuatannya bahan-bahan yang digunakan ialah

gula pasir putih sebanyak 1,5 Kg, Jahe 2 Kg, dan air secukupnya, untuk alatnya, Ibu Eni menggunakan panci, sutil, pisau, talenan, baskom, blender, lesung, chopper dan kompor. Langkah selanjutnya penulis membantu mengemas produk gula jahe tersebut dengan memasukkan produk kedalam kemasan yang baru, kemudian mengajarkan Ibu Eni untuk mempromosikan produk gula jahe yang sudah diperbarui kemasan dan labelnya tersebut pada media sosial yaitu Instagram dan Facebook dan diakhiri dengan pemberian kemasan dan label baru untuk Ibu Eni Maryati sebagai alat dalam membantu Ibu Eni mempromosikan produknya serta menambah daya tarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Khalayak sasaran adalah objek dari sasaran kegiatan ini yang berhubungan langsung dengan program kerja penulis dan berdasarkan identifikasi permasalahan yang ditemukan, maka target yang dilibatkan dalam proses kegiatan ini adalah Ibu Eni selaku pemilik usaha gula jahe di Desa Gunung Kijang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pelaksanaan kegiatan packaging, labeling, dan digital marketing pada produk gula jahe Ibu Eni, pertama penulis melakukan beberapa persiapan serta berkoordinasi dengan Ibu Eni maryati selaku pemilik usaha gula jahe. Hal tersebut dilakukan untuk mendapat dukungan dari pihak yang bersangkutan dalam kegiatan pengemasan ini dan agar kegiatan ini berjalan dengan lancar. Koordinasi dilakukan untuk membahas mengenai waktu, dan tempat untuk melakukan kegiatan pengemasan tersebut. Berikut ini merupakan rangkaian hasil kegiatan yang telah dilakukan oleh penulis pada UKM Gula Jahe Ibu Eni Maryati :

1. Pengenalan *Packaging* dan *Labelling* baru produk gula jahe

Kegiatan ini bertujuan untuk menginformasikan dan mengenalkan kemasan serta label baru yaitu dengan memperbaiki kemasan dan label sebelumnya agar menjadi lebih menarik minat konsumen. Hasil dari kegiatan ini adalah berupa desain label terbaru dan wadah kemasan baru untuk UKM Gula Jahe Ibu Eni Maryati seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1. Label dan kemasan produk gula jahe Ibu Eni sebelum di desain ulang



Gambar 2. Label dan kemasan produk gula jahe Bu Eni setelah di desain ulang



Gambar 3. Mengajarkan Ibu Eni mempromosikan produk gula jahe pada media sosial

Pada kegiatan ini, penulis membahas tentang apa itu sosial media dan bagaimana mempromosikan dan memposting produk pada media sosial seperti Instagram dan Facebook seperti yang terlihat pada Gambar 2 dan Gambar 3.



Gambar 4. Media sosial *Instagram* dan *Facebook* yang telah dibuat oleh penulis untuk Ibu Eni Maryati



Gambar 5. Mengajarkan Ibu Eni

SIMPULAN

Dari hasil kegiatan dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis pada UKM gula jahe Ibu Eni Maryati di Desa Gunung Kijang dapat disimpulkan bahwa pemberian label dan kemasan serta kegiatan memasarkan produk (Digital Marketing) gula jahe pada media sosial Instagram dan Facebook sudah berjalan dengan baik. Dengan hal ini, tujuan dari pemberian label dan kemasan serta pemasaran produk secara digital diharapkan dapat memberikan dampak positif pada usaha tersebut yaitu salah satunya dengan meningkatkan minat beli konsumen dan menaikkan target penjualan pada produk gula jahe Ibu Eni Maryati. Berikut ini saran dari penulis kepada Ibu Eni selaku pemilik usaha diharapkan agar terus belajar dalam memasarkan produk gula jahenya secara digital, khususnya

mempromosikan pada media sosial Instagram dan Facebook serta menerima pesanan secara online. Karena dengan adanya promosi pada media sosial, produk gula jahe tersebut dapat menjangkau konsumen secara lebih luas, lalu diharapkan agar secara konsisten mencetak dan menggunakan label terbaru yang sudah dibuat oleh penulis untuk kemasan gula jahe agar minat konsumen meningkat dalam membeli produk.

SARAN

Perlu adanya tindak lanjut dengan pelaksanaan pengabdian masyarakat kepada UMKM melalui sosialisasi dan aksi sosial diharapkan dapat terus berjalan agar terus berkembang. Untuk masyarakat khususnya, diharapkan lebih kreatif dan inovatif untuk membuat suatu kemasan

DAFTAR PUSTAKA

- J. Ahmad, H. Bayu, A. M. Anggiri Jauzy, A. Baiq Yolanda Ika, R. Tapaul, and P. Eka S, "Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk UMKM," J. Pengabd. Magister Pendidik. Ipa, vol. 4, no. 3, pp. 162–166, 2021.
- Juariyah and Faozen, "Branding, Packaging, Marketing Susu," Suluah Bendang J. Ilm. Pengabd. Kpd. Masyarakat, vol. 21, no. 2, pp. 2714–6766, 2021, doi: 10.24036/sb.01460.
- R. J. NAIMAH, M. W. WARDHANA, R. HARYANTO, and A. PEBRIANTO, "Penerapan Digital marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM," J. IMPACT Implement. Action, vol. 2, no. 2, p. 39, 2020, doi: 10.31961/impact.v2i2.844.
- P. Umkm et al., "Jurnal Puruhita Peran Digital Marketing dan Packaging dalam Meningkatkan," vol. 3, no. 2, pp. 52–58, 2021.
- Z. A. Achmad, Y. Wuryandari, K. W. Mas'udah, and M. H. Tamrin, "Rebranding Produk Kopi Excelsa Oleh Kelompok Masyarakat KOPI GUNUNG Dengan Packaging Baru dan Digital Marketing," Plakat J. Pelayanan Kpd. Masy., vol. 4, no. 2, p. 195, 2022, doi: 10.30872/plakat.v4i2.8899.
- D. Sasongko, P. M. Yuliawati, R. Nurhidayah, R. G. Utomo, A. Setyawan, and K. Suciati, "Pengembangan Pemasaran UMKM Asih Di Kabupaten Magelang Dengan Memanfaatkan Digital Marketing," J. Pengabd. Masy. IPTEKS, vol. 7, no. 1, pp. 68–73, 2021, doi: 10.32528/jpmi.v7i1.3943.