

PELATIHAN PENGEMASAN DAN DESAIN KEMASAN PRODUK PADA KELOMPOK TANI UIMATKULI DAN MOENFEU

Siska Elvani¹, I Wayan Nampa², Damianus Adar³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Nusa Cendana
e-mail: siska.elvani@staf.undana.ac.id

Abstrak

Hortikultura menjadi salah satu komoditas yang banyak diusahakan oleh petani di Indonesia, salah satunya adalah Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu di Kabupaten Kupang yang membudidayakan tanaman kelor dan pare. Hasil panen sebagian diolah menjadi keripik pare dan stik kelor. Kualitas produk akan terjaga apabila dikemas dengan baik karena proses pengemasan bertujuan untuk melindungi produk dari berbagai penyebab kerusakan. Desain kemasan menjadi hal yang harus diperhatikan karena berfungsi sebagai media komunikasi kepada konsumen dan berpengaruh terhadap nilai jual dan citra produk. Pentingnya pengemasan dan desain kemasan dalam memasarkan produk belum dipahami oleh anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu karena keterbatasan permodalan dan wawasan. Oleh karena itu dilakukan pengabdian dengan metode pendidikan masyarakat dan pelatihan. Metode pendidikan masyarakat dilakukan dengan memberikan sosialisasi mengenai pentingnya pengemasan dan desain kemasan, sementara metode pelatihan dilakukan dengan demonstrasi atau percontohan menggunakan alat dan bahan yang diperlukan dalam proses pengemasan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah seluruh anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu memiliki wawasan dan keterampilan mengenai pengemasan dan desain kemasan. Adanya inovasi pengemasan dan desain kemasan yang dilakukan diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota kelompok tani.

Kata kunci: Pengemasan, Desain Kemasan, Kelompok Tani

Abstract

Many farmers in Indonesia cultivate horticulture commodity, including Uimatkuli and Moenfeu Farmer's Group in Kupang Regency which cultivates moringa and bitter melon plants. Some of the yields are processed into bitter melon chips and moringa sticks. Product quality will be maintained if packaged properly because the packaging process aims to protect the product from various causes of damage. Packaging design is something that must be considered because it functions as a medium of communication to consumers and influences the selling value and image of the product. Members of the Uimatkuli and Moenfeu Farmer's Group do not understand the importance of packaging and packaging design in marketing products due to limited capital and knowledge. Therefore, service is carried out using community education and training methods. The community education method is carried out by providing socialization regarding the importance of packaging and packaging design, while the training method is carried out by demonstrating or piloting using the tools and materials needed in the packaging process. The result of this service activity is that all members of the Uimatkuli and Moenfeu Farmer's Group have insight and skills regarding packaging and packaging design. It is hoped that packaging innovation and packaging design will attract more consumers, increase sales, and ultimately have an impact on increasing the welfare of farmer group members.

Keywords: Packaging, Packaging Design, Farmer's Group

PENDAHULUAN

Komoditas hortikultura menjadi salah satu komoditas unggulan yang dapat dikembangkan guna meningkatkan kesejahteraan petani di Indonesia. Jenis tanaman yang dikategorikan sebagai komoditas hortikultura diantaranya adalah sayuran, tanaman buah-buahan, tanaman obat-obatan, serta tanaman hias. Komoditas hortikultura selain dijual langsung kepada konsumen setelah panen, juga dapat diolah terlebih dahulu. Pengolahan komoditas pertanian atau biasa disebut dengan agroindustri merupakan upaya untuk meningkatkan nilai tambah. Produk olahan memiliki harga jual yang lebih tinggi dibanding komoditas pertanian yang dijual dalam bentuk segar. Selain meningkatkan nilai tambah, tujuan dari pengolahan dalam agroindustri adalah untuk memperpanjang masa simpan produk. Komoditas pertanian memiliki sifat mudah rusak dan tidak dapat disimpan dalam jangka waktu yang

lama. Namun, melalui proses pengolahan komoditas pertanian tersebut dapat disimpan lebih lama dan konsumen memiliki banyak pilihan dalam mengkonsumsi suatu komoditas.

Pare dan kelor termasuk komoditas hortikultura yang dibudidayakan oleh Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu di Kabupaten Kupang. Kedua jenis sayuran tersebut berpotensi untuk memberikan nilai tambah kepada anggota kelompok tani melalui proses pengolahan. Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu mengolah pare menjadi keripik pare dan mengolah kelor menjadi stik kelor. Selain memberikan nilai tambah, pengolahan ini juga merupakan bentuk diversifikasi produk. Konsumen tidak hanya membeli sayuran segar tetapi juga dapat membeli hasil olahannya. Kelebihan dari produk yang sudah diolah adalah daya simpannya lebih lama dan produsen dapat mengurangi resiko kerugian yang diakibatkan membusuknya sayuran pare dan kelor.

Setiap produk yang sudah diolah akan melalui proses pengemasan sebelum didistribusikan ke konsumen. Pengemasan bertujuan untuk melindungi produk dari berbagai penyebab kerusakan eksternal seperti cahaya, oksigen, kelembaban, mikroba, serangga, serta untuk mempertahankan nilai gizi dan memperpanjang umur simpan. Selain berfungsi sebagai wadah, perlindungan, dan pengawetan, kemasan juga berfungsi sebagai media komunikasi dan kemudahan dalam penggunaannya (Sucipta et al., 2017).

Pada suatu alur proses produksi, kemasan memang berada di tingkat akhir namun desain kemasan disebut sebagai pesona produk (*the product charm*) yang tidak hanya memikat mata (*eye-catching*) tetapi juga untuk memikat pemakaian (*usage attractiveness*). Terlebih dalam era globalisasi pada saat ini, kemasan memiliki peranan penting terkait dengan komoditas yang dikemas dan sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Nilai jual meningkat ketika produk mendapat nilai tambah dari kemasan yang menarik, sedangkan citra produk terkait dengan gamabran produk dalam benak konsumen. Apabila produk dikemas secara baik, produk dapat memberi kesan yang baik pula bagi konsumen (Zen et. al., 2017).

Pentingnya pengemasan dan desain kemasan dalam memasarkan produk belum dipahami oleh anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu karena keterbatasan permodalan dan wawasan. Oleh karena itu, berdasarkan pemaparan yang disampaikan sebelumnya, muncul gagasan untuk melakukan pengabdian terkait pengemasan dan desain kemasan produk keripik pare dan stik kelor di Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai produk dan daya tarik produk mitra melalui pengemasan dan pengembangan desain kemasan, sehingga mitra dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan pada akhirnya meningkatkan kesejahteraan anggota kelompok tani.

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu di Desa Batakte, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang adalah pendidikan masyarakat dan pelatihan. Metode pendidikan masyarakat dilakukan dengan memberikan penyuluhan mengenai pentingnya pengemasan dan desain kemasan produk sehingga wawasan dan pemahaman anggota kelompok tani meningkat. Metode pelatihan dilakukan dengan demonstrasi atau percontohan menggunakan alat dan bahan yang diperlukan dalam proses pengemasan seperti timbangan digital, vacuum sealer, standing pouch, dan stiker label.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komoditas pare dan kelor banyak ditanam di kebun oleh mayoritas keluarga tani di Desa Batakte, utamanya anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu. Petani menjual sebagian hasil panen ke pasar dalam bentuk segar, sedangkan sebagian hasil panen lainnya diolah menjadi keripik pare dan stik kelor. Keripik pare dan stik kelor perlu dikemas dengan baik agar kualitas produk tetap terjaga sampai ke tangan konsumen. Desain kemasan berperan penting dalam pemasaran karena selain berfungsi sebagai pelindung produk dari kerusakan tetapi juga sebagai penentu daya tarik konsumen dalam membeli.

Kegiatan pengabdian pada Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu dilaksanakan pada tanggal 10 Juni 2023. Jumlah anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu adalah 30 orang dan semuanya hadir dalam kegiatan. Peserta diberikan pengetahuan mengenai pentingnya pengemasan dan desain kemasan dalam pemasaran, fungsi pengemasan, dan teknik pengemasan serta pemilihan kemasan. Selanjutnya peserta diberikan pelatihan terkait proses pengemasan produk yang dimulai dengan

menentukan berat produk menggunakan timbangan digital, memilih jenis kemasan yang cocok dengan produk, memberikan stiker label pada kemasan, dan memberikan demonstrasi terkait penggunaan vacuum sealer.



Gambar 1. Proses menimbang stik kelor

Peserta berperan aktif dalam kegiatan pengabdian sehingga inovasi, teknologi baru, dan wawasan yang diberikan dapat diterima dengan baik. Penyuluhan dan pelatihan yang dilakukan pada Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu berdampak terhadap peningkatan pengetahuan mengenai desain kemasan. Hal ini didasarkan pada hasil penelitian dari Putri et al. (2023) yang menyatakan bahwa dari 21 pelaku usaha hanya 34% yang cukup mengetahui tentang desain kemasan. Artinya, dari 21 pelaku usaha hanya ada 7 individu yang cukup memahami mengenai desain kemasan, sedangkan sisanya yakni 14 individu tidak mengetahui mengenai hal tersebut. Setelah dilakukan penyuluhan selama 1 hari 21 pelaku usaha sudah memahami desain kemasan. Berdasarkan data tersebut maka penyuluhan berdampak pada peningkatan pengetahuan pelaku usaha mengenai desain kemasan.

Pengetahuan mengenai pengemasan dan desainnya penting untuk anggota Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu. Kemasan dan desainnya berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk. Hasil penelitian dari Clara (2021) menyatakan bahwa konsumen memberikan perhatian terhadap kemasan. Kemasan yang buruk merupakan salah satu penyebab kegagalan produk di pasar sehingga penting untuk menentukan seperangkat standar kemasan dan implementasi untuk melindungi dan mempromosikan produk dengan lebih baik. Desain kemasan dan manfaat kemasan mempengaruhi secara positif minat pembelian konsumen. Kemasan selain berfungsi untuk melindungi produk, juga berperan sebagai alat komunikasi dengan konsumen yang pada akhirnya menentukan minat konsumen untuk membeli atau tidak membeli.



Gambar 2. Kemasan Keripik Pare dan Stik Kelor

Wawasan dan keahlian yang diberikan melalui sosialisasi dan pelatihan ini diharapkan dapat diaplikasikan oleh Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu secara berkelanjutan. Oleh karena itu kelompok tani diberikan modal berupa timbangan digital, *standing pouch*, stiker label, dan *vacuum sealer*. Modal tersebut dapat digunakan oleh kelompok tani dalam menjalankan usaha keripik pare dan stik kelor. Adanya inovasi pengemasan dan desain kemasan yang dilakukan diharapkan dapat menarik lebih banyak konsumen, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berdampak pada peningkatan kesejahteraan anggota kelompok tani.



Gambar 3. Kegiatan Pengabdian di Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu

SIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian ini, Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu memiliki wawasan dan keahlian terkait pengemasan dan desain kemasan produk keripik pare dan stik kelor, terlebih pengetahuan mengenai manfaatnya yang mampu meningkatkan penjualan dan pendapatan. Kelompok tani siap untuk melakukan proses pengemasan dengan baik dan desain kemasan yang menarik dengan memanfaatkan alat dan bahan yang sudah diberikan, sehingga meningkatkan daya tarik konsumen untuk membeli keripik pare dan stik kelor.

SARAN

Keputusan konsumen untuk membeli sebuah produk atau tidak, tidak hanya didasarkan pada kemasan dan desain kemasan. Faktor promosi penjualan dan persepsi harga juga mempengaruhi keputusan konsumen. Oleh karena itu diharapkan dapat dilakukan kegiatan pengabdian yang berfokus pada strategi penjualan dan penetapan harga produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih kepada Fakultas Pertanian Universitas Nusa Cendana yang telah memfasilitasi baik materil maupun non materil untuk terselenggaranya kegiatan pengabdian ini pada Kelompok Tani Uimatkuli dan Moenfeu Desa Batakte, Kecamatan Kupang Barat, Kabupaten Kupang.

DAFTAR PUSTAKA

- Clara, Chatarina. 2021. Pengaruh Desain dan Manfaat kemasan Terhadap Minat Pembelian FMCG. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(1), 1-26. <https://doi.org/10.32524/jkb.v19i1.109>.
- Putri, A. Devita., Permatasari Berlintina., dan Suwarni, Emi. 2023. Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk UMKM Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service*, 4(1), 119-123. <https://doi.org/10.33365/jsstcs.v4i1.2658>.
- Sucipta, I Nyoman., Suriasih, Ketut., dan Kencana, Pande K.D. 2017. *Pengemasan Pangan: Kajian Pengemasan yang Aman, Nyaman, Efektif, dan Efisien*. Bali: Udayana University Press.
- Zen, Z. Hayati., Satriadi, Dermawan, Dedi., Anggraini D. Astrie., Meirizha St. Nova., dan Yul, F. Ananda. Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untuk Mu negeRI*, 1(02), 12-15.