

PENDAMPINGAN *PACKAGING* PRODUK DAN DIGITAL MARKETING PADA PAGUYUPAN AMREH MULYO DESA BALETURI, PRAMBON, NGANJUK

Efa Wahyu Prastyaningtyas^{1*}, Bayu Surindra², Elis Irmayanti³, Zainal Arifin⁴, Tjetjep Yusuf Afandi⁵, Eunike Rose Mita Lukiani⁶, Purwanto⁷, Nurul Fatmawati⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Nusantara PGRI Kediri
Email: efawahyu@unpkdr.ac.id

Abstrak

Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah membekali ibu-ibu Paguyupan Amreh Mulyo tentang membuat *Packaging* Produk yang baik dan menarik, serta Memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang *digital marketing*. Metode pelaksanaan dari kegiatan pelatihan ini melalui 4 tahapan, yaitu: 1) pra-kegiatan, 2) pelatihan dan praktek, 3) pendampingan, dan 4) *monev*. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan ketrampilan dan pengetahuan untuk *Packaging* Produk dan digital marketing.

Kata kunci: *Packaging* Produk, *Digital Marketing*.

Abstract

The purpose of this community service is to equip Amreh Mulyo Paguyupan women about making good and attractive product packaging, as well as providing knowledge and understanding of digital marketing. The implementation method of this training activity goes through 4 stages, namely: 1) pre-activity, 2) training and practice, 3) mentoring, and 4) monitoring and evaluation. The results of this community service are improving skills and knowledge for product packaging and digital marketing.

Keyword: Product Packaging, Digital Marketing

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kekuatan ekonomi yang bisa menunjang perekonomian negara Indonesia (Idah & Pinilih, 2020). Di mana kehadiran UMKM ini juga mampu menopang perekonomian dimasa krisis sekalipun, hal itu dibuktikan pada kondisi covid-19 Indonesia mampu bertahan secara ekonomi karena kehadiran pelaku usaha, mikro, kecil dan menengah (UMKM) tersebut. Sebagai wujud perhatian pemerintah terhadap usaha mikro ini dikembangkan program-program pemberdayaan masyarakat pedesaan khususnya bagi perempuan sebagai upaya untuk melakukan kegiatan produktif yang bisa menambah penghasilan keluarga. Salah satunya UMKM Paguyupan Amreh Mulyo yang terdapat di Desa Baleturi, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. UMKM ini merupakan komunitas produktif dirintis oleh ibu-ibu rumah tangga Desa Baleturi sejak agustus tahun 2020. Selama 2,5 tahun ini produk kuliner yang dihasilkan antara lain: sambel pecel, rempeyek, kripek tempe, kripek usus dan aneka

gorengan kerupuk. Dilihat dari perkembangan usahanya Paguyuban Amreh Mulyo sudah cukup baik karena dalam jangka waktu 2,5 tahun sudah bisa menghasilkan beberapa jenis produk kuliner. Sementara jumlah anggota yang ada sampai saat ini berjumlah 6 orang.

Masalah utama yang dihadapi oleh mitra adalah masih sangat sederhana dalam pengemasan produk sehingga belum bisa berdaya jual tinggi, maka dari sini diperlukan sebuah inovasi baru untuk *Packaging* Produk. Sementara pemasaran masih bersifat adol titip dengan cara dititip-titipkan di warung, penjualan langsung ke masyarakat sekitar ataupun juga berdasarkan pada pesanan.

Untuk mengembangkan pemasaran sebuah produk perlu diperhatikan pengemasan baik berupa branding ataupun packging produk yang bertujuan sebagai sarana promosi. Pengemasan produk bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pemasaran produk olahan oleh UMKM. Program pengemasan dilaksanakan berdasarkan inovasi dalam kemasan (Ahmad et al., 2021). Disamping itu pemasaran yang dilakukan harus menyesuaikan dengan kondisi sekarang dimana semua berbasis digital tidak lagi mengedepankan konsep tradisional melainkan sudah berbasis digital marketing. Dukungan penggunaan digital branding dan digital marketing menjadi perhatian UMKM yaitu dengan memperluas pengetahuan UMKM dalam rangka mengabadikan produk pemasaran yang diterapkan, branding yang dirancang dan pengolahan produk (Sukmasetya et al., 2021). Maka untuk meningkatkan omset penjualan pelaku usaha harus belajar mengikuti perkembangan dan perubahan zaman supaya biasa tetap *survive* usahanya.

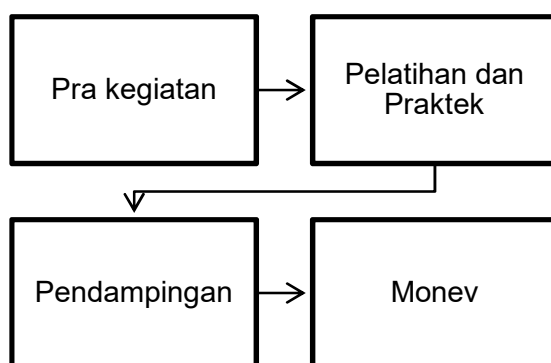
Sebagai pelaku usaha juga perlu memperhatikan pemasaran produk, seiring perkembangan zaman maka pemasaran juga harus mengikuti digitalisasi. Di mana tujuannya agar penjualan, laba, perluasan pangsa pasar, pendalaman loyalitas pelanggan, dan peningkatan keunggulan kompetitif bisa meningkat (Riyanto et al., 2022). Maka untuk menyikapi hal tersebut UMKM terus berbenah terhadap pemasaran produknya tidak hanya mengandalkan system tradisional melainkan menyesuaikan keadaan dengan memanfaatkan sosmed, marketplace sehingga dapat meningkatkan penjualan produknya (Kurniawan et al., 2021).

Solusi yang akan ditawarkan terhadap permasalahan mitra adalah pendampingan dalam proses packaging produk dan pengenalan pemasaran melalui digital marketing. Mitra akan mendapatkan pelatihan packaging produk dimana selama ini pengemasan produk masih sangat sederhana karena pemasaran masih dilakukan disekitar desa saja.

Selain itu juga mendapatkan pelatihan digital marketing. Selain pelatihan solusi selanjutnya adalah pengadaan mesin sealer, mesin blender bumbu, plastik kemasan. Melakukan redesain label dan merk hasil produk dengan menyesuaikan berat produk karena akan mempengaruhi daya tarik pembelian.

Metode Pelaksanaan

Untuk mencapai target sesuai permasalahan yang dihadapi, metode pelaksanaan yang dilakukan melalui tahapan pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:



Gambar 1. Metode pelaksanaan kegiatan Pelatihan

1. Prakegiatan

Tahap ini dilakukan dengan melakukan observasi awal permasalahan mitra yang dihadapi oleh tim pengabdian Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri, kemudian melakukan negosiasi kepada anggota Paguyupan Amreh Mulyo untuk menyepakati program yang akan dilaksanakan.

2. Pelatihan dan Praktek

Kegiatan ini dilakukan 2 sesi : sesi pertama memberikan pelatihan tentang membuat *Packaging* Produk yang baik dan menarik; hal ini dilakukan karena pengemasan produk mitra selama ini masih sangar sederhana sehingga pada sesi ini diajarkan bagaimana cara mengemas produk yang menarik dan berdaya jual. Kemudian pada sesi kedua diberikan pelatihan tentang *digital marketing*; Dimana pelatihan ini juga menggunakan peralatan dan bahan yang sudah disiapkan oleh tim pelaksana pengabdian.

3. Pendampingan

Setelah pelatihan dan praktek ibu-ibu rumah tangga Anggota Paguyupan Amreh Mulyo mempraktekkan untuk produk mereka dengan didampingi oleh tim pengabdian.

4. Monev

Monev dilakukan secara berkala sambil melakukan pendampingan ibu-ibu rumah tangga Anggota Paguyupan Amreh Mulyo dalam pembuatan *Packaging* Produk dan pelaksanaan *digital marketing*.

Hasil dan Pembahasan

1. Prakegiatan (observasi awal)

Sebelum dilakukan kegiatan pelatihan dan praktek, maka tim pengabdian masyarakat Prodi Pendidikan Ekonomi melakukan observasi awal terkait pengemasan produk dan pemasaran yang telah dilakukan oleh UMKM Paguyupan Amreh Mulyo. Observasi dilakukan ketika ibu-ibu anggota sedang melakukan produksi bersama. Berikut foto kegiatan observasi awal yang dimaksud.



Gambar 1 Prakegiatan (observasi awal)

Berdasarkan hasil observasi awal di atas dihasilkan bahwa wawasan dan pengetahuan ibu-ibu anggota Paguyupan Amreh Mulyo terkait dengan pengemasan dan pemasaran produk masih sederhana, sehingga perlu diberikan pelatihan.

2. Pelatihan dan Praktek

Kegiatan pelatihan dan praktek dilakukan pada bulan november dan desember 2022 oleh tim pengabdian Prodi Pendidikan Ekonomi dengan memberikan penjelasan tentang *packaging* produk dan digital marketing bagi ibu-ibu Paguyupan Amreh Mulyo. Masalah utama yang dihadapi Mitra adalah pengemasan produk yang masih

sederhana sehingga kurang menarik bagi pembeli dan pemasaran masih tradisional berbasis adol titip, secara langsung ataupun pesanan. Sehingga perlu dikenalkan pemasaran berbasis digital secara sederhana disesuaikan dengan SDM mitra dengan mengenalkan pemasaran melalui WA, facebook dan IG.

Kegiatan pelatihan dan praktek meliputi dua sesi, yaitu:

a. Sesi 1: *packaging* produk

Pada kegiatan ini ibu-ibu mitra diberikan pelatihan dengan diajarkan cara membuat kemasan produk yang menarik dengan berbahan dasar plastik dengan dibentuk mirip *standing pouch*, *side gusset pouch* dan *flat bottom pouch*. Berikut gambar kegiatan pelatihan *packaging* produk:



Gambar 2. Pelatihan *packaging* produk

b. Sesi 2: Digital Marketing

Pada kegiatan ini ibu-ibu mitra diberikan edukasi tentang digital marketing sederhana dengan memanfaatkan HP Android melalui aplikasi WA, facebook dan IG. Edukasi dilakukan terkait digital marketing masih secara sederhana disesuaikan dengan SDM dari ibu-ibu mitra. Disamping itu pada sesi ini juga diajarkan bagaimana mengambil foto yang baik sebagai sarana promosi, serta cara mengunggah hasil foto tersebut ke sosmed. Di mana sosmed yang dikenal oleh ibu-ibu mitra baru WA saja, sehingga mereka diperkenalkan program WA bisnis yang dipakai untuk promosi produk. Berikut gambar kegiatan pelatihan digital marketing:



Gambar 3. Pelatihan Digital Marketing

3. Pendampingan

Pendampingan untuk *packaging* produk dilakukan dengan memberikan peralatan berupa Alat pres plastik/*Impulse Sealer*, *Standing pouch window* plastik, plastik, dan blander, stiker. Berikut perbedaan sebelum dan sesudah pelatihan *packaging* produk:

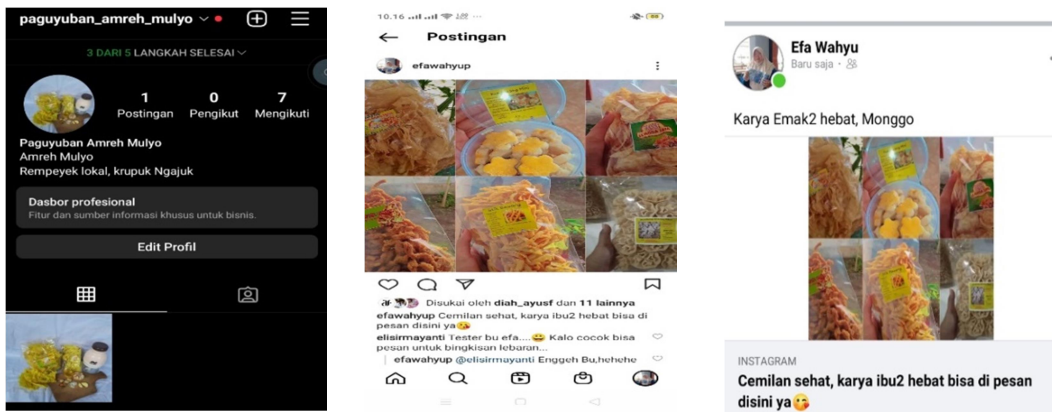


Gambar 4. Kemasan produk sebelum pendampingan



Gambar 6. Kemasan produk setelah pendampingan

Pendampingan terkait dengan digital marketing dilakukan dengan melakukan promosi di WA, facebook dan IG.



Gambar 7. Digital marketing pada WA, facebook dan IG

4. Monev

Kegiatan monev dilakukan secara periodik dengan melihat perkembangan penjualan produk kuliner dari Paguyuban Amreh Mulyo, dimana sudah mengalami peningkatan dalam pemasaran produk karena segi pengemasan sudah menarik

Kesimpulan

Pemberdayaan masyarakat bagi kaum perempuan dapat diwujudkan dengan kegiatan produktif bersama melalui komunitas produktif yang berupa Paguyuban Amreh Mulyo di Desa Baleturi, Kecamatan Prambon, Kabupaten Nganjuk. Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra ini adalah masih sederhana dalam pengemasan produk yang dihasilkan dan sistem pemasaran masih bersifat adol titip, secara langsung ataupun berdasarkan pesanan. Sehingga omset penjualan produk masih sedikit. Maka solusi yang dilakukan adalah dengan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra dalam hal *packaging* produk dan *digital marketing*. Di mana harapannya mitra akan mengalami peningkatan omset karena ada inovasi baru yang ditampilkan baik dari segi pengemasan dan pemasaran.

Saran

Pendampingan terhadap Mitra UMKM Paguyuban Amreh Mulyo sebaiknya dilakukan secara berkelanjutan, karena SDM ibu-ibu mitra masih rendah sehingga perlu dimotivasi terus agar kegiatan pengabdian yang dilakukan tidak berhenti sampai disini. Mereka perlu didampingi dan difasilitasi terkait pengemasan dan pemasaran supaya memang ada perubahan yang signifikan terkait omset yang mereka hasilkan. Tentunya untuk me peran serta desa juga diperlukan untuk melakukan pemberdayaan kepada kaum perempuan yang selama ini masih bersifat insidental perlu diprogramkan secara berkelanjutan

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, J., Bayu, H., M. Anggiri Jauzy, A., Baiq Yolanda Ika, A., Tapaul, R., & Eka S, P. (2021). Pendampingan Branding Packaging dan Digital Marketing pada Produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan Ipa*, 4(3), 162–166.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Dan Call for Papers “Pengembangan Sumber Daya Pedesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan IX,”* 9(1), 195–204.
- Kurniawan, A., Nikita, D., Gunalan, S., & Fauzi, A. (2021). *Pendampingan Digital Marketing dalam Usaha Rumah Tangga melalui Penggunaan Marketplace di Desa Karya Mulya*. 3(2), 157–166.
- Riyanto, S., Azis, M. N. L., & Putera, A. R. (2022). Pendampingan UMKM dalam Penggunaan Digital Marketing pada Komunitas UMKM di Kabupaten Madiun. *Jurnal Abdimas BSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 137–142. <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.11534>
- Sukmasetya, P., Apriyani, H., Wahyuni, T., Wulan, B. S., Nugroho, W., & Ardiyansah, A. H. (2021). Pendampingan Pemanfaatan Digital Branding dan Digital Marketing Pada Kuliner Kampung Kali Paremono. *Jurnal Abdimas PHB: Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 4(3), 322–328.