

PENERAPAN ATRIBUT PRODUK KETERAMPILAN MENDESAIN KEMASAN DALAM PEMASARAN BERAS

Depy Muhamad Pauzy¹, Dudu Risana², Arif^{3*}, Gian Riksa Wibawa⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

email: arif@unper.ac.id

Abstract: The problem that occurs in rice producers is the lack of knowledge about the importance of branding, and the sales system is still conventional. The purpose of the community service program activities through the application of appropriate technology (PTTG) is to help rice producers in terms of developing their business so that they can develop more and increase their income. The effective steps that have been carried out by the community service team are starting with analyzing the situation in the field directly, then the results are used as a reference for community service. The method used is the application of appropriate technology (PTTG) in which the procedures are carried out through direct practice. Regarding this method, several steps are taken, namely carrying out initial observations at the location, then carrying out the preparation of activity plans, outreach and implementation of activities, and evaluation during the activity. The results obtained from this service are 1) There is an increase in knowledge related to the packaging design procedures for tjiawi ramos rice products 2) There is an increase related to product attributes that have been made 3) There is an increase in knowledge related to good branding procedures for rice and ramos businesses.

Keywords: Packaging Design; PKM; Setra Ramos Tjiawi

Abstrak: Permasalahan yang terjadinya pada produsen beras adalah rendahnya pengetahuan mengenai pentingnya *branding*, dan sistem penjualan yang masih konvensional. Tujuan kegiatan program pengabdian kepada masyarakat melalui penerapan teknologi tepat guna (PTTG) ini ialah untuk membantu produsen beras dalam hal pengembangan usahanya agar lebih berkembang dan adanya peningkatan pendapatan. Langkah efektif yang sudah dijalankan oleh tim pengabdian ialah diawali dengan menganalisis situasi dilapangan secara langsung kemudian hasilnya dijadikan sebagai acuan pengabdian. Metode yang digunakan ialah penerapan teknologi tepat guna (PTTG) yang tata caranya dilakukan melalui praktik secara langsung. Terkait metode ini maka beberapa langkah yang dilakukan ialah melakukan observasi awal ke lokasi, kemudian melakukan penyusunan rencana kegiatan, sosialisasi dan pelaksanaan kegiatan, dan evaluasi selama kegiatan berlangsung. Hasil yang diperoleh dari adanya pengabdian ini ialah 1) Adanya peningkatan pengetahuan terkait tata cara desain kemasan produk beras tjiawi ramos 2) Adanya peningkatan terkait atribut produk yang sudah dibuat 3) Adanya peningkatan pengetahuan terkait tatacara *branding* yang baik bagi usaha beras serta ramos.

Kata kunci: Desain Kemasan; PKM; Setra Ramos Tjiawi



PENDAHULUAN

Sektor pertanian mempunyai peranan penting untuk pembangunan perekonomian nasional. Berdasarkan Kementerian Pertanian Republik Indonesia tantangan bagi para petani masa kini ialah terkait dengan kondisi finansial, kondisi bisnis dan teknologi, kondisi sumber daya manusia, kemampuan dalam manage keuangan serta permasalahan terkait dengan pemasarannya.

Para petani masa kini diharuskan untuk mengembangkan hasil pertaniannya supaya lebih maju dan berhasil dalam usahanya. Walaupun terdapat berbagai mancan tantangan namun harus mampu melewatinya. Berikut gambaran tantangan bagi para petani masa kini yang ada di Indonesia. Berbagai macam tantangan yang ada tentunya mesti didorong dengan peran petani masa kini. Salah satu program pemerintah untuk mengatasi hal ini ialah dengan menggulirkan program YESS. Berdasarkan Kementerian Pertanian Indonesia program YESS merupakan suatu perwujudan yang dikhususkan.

Program YESS sudah digulirkan sejak tahun 2019, seperti di beberapa provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, dan provinsi lainnya. Program YESS mempunyai beberapa program diantaranya ialah program magang, pelatihan model bisnis, memberikan para petani masa kini supaya kelak bisa berwirausaha sendiri serta menjadi pekerja profesional dalam bidang pertanian.

Berdasarkan Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2020) Program YESS bisa dijalankan dengan baik apabila kegiatan meliputi *entrepreneurial mindset*, *entrepreneurial capability* dan *entrepreneurial*

effectiveness. Peran petani muda sangat dibutuhkan dalam program YESS, mereka harus punya motivasi tinggi untuk memajukan industri pertanian Indonesia. Berdasarkan studi (Risnawati et al., 2023) pemuda pada wilayah Jawa Barat punya minat yang cukup tinggi dalam hal pertanian. Hal ini tentunya memberikan peluang positif agar para petani punya generasi yang lebih baik di masa depan. Beberapa hasil pertanian yang berada pada wilayah kabupaten/kota di Jawa Barat meliputi Subang (buah nanas, padi, hortikultura,dll), Cianjur (sayuran, padi, jagung, dll) Sukabumi (tanaman hias,dll) dan Tasikmalaya hasilnya (padi, kopi, dll).

Program YESS mesti dijalankan dengan baik dan memperhatikan beberapa hal salah satunya memberikan produk terbaik bagi para konsumennya. Produk yang baik bisa dilihat pertama kali dari segi kemasannya. Kemasan menjadi faktor yang mendukung untuk memasarkan suatu produk (Rodhiah et al., 2021). Dengan demikian petani masa kini perlu membuat inovasi yang bagus untuk meningkatkan pemasaran produk melalui kemasan yang menarik (Ghafar, 2022).

Pokok permasalahan yang dihadapi para produsen beras di Pasar Ciawi adalah: rendahnya pengetahuan mengenai pentingnya *branding*, Ketidak mampuan memanfaatkan sarana pemasaran melalui media sosial, dan sistem penjualan yang masih konvensional. Kurangnya informasi mengenai pentingnya sebuah *branding* menyebabkan produsen kehilangan potensi keuntungan lebih besar, karena dengan adanya sebuah *branding* produsen akan lebih dikenal oleh konsumen dan harga penjualan produk beras bisa lebih tinggi.

Berdasarkan Badan Pusat Statistik Tahun 2021 Tasikmalaya menjadi wilayah dengan tingkat produksi padi sangat besar di Jawa Barat. Produksi beras di Tasikmalaya mencapai 54.650.000 ton GKG (Statistik, 2021). Hal ini tidak bisa dipungkiri adanya penjual beras yang sangat marak khususnya di wilayah Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya yang menyebabkan banyaknya pesaing. Permasalahan yang terjadi saat ini antar penjual beras ialah kurangnya kreatifitas terutama dalam hal pengemasan. Hal ini tentunya harus diubah karena untuk meningkatkan suatu penjualan mesti dibarengi dengan kualitas *branding* yang mumpuni.

Branding dapat mencerminkan akan kualitas sebuah produk yang dipasarkan, apabila *branding* tersebut kurang menarik maka konsumen menjadi kurang tertarik terhadap produk tersebut (Utami et al., 2018). Maka dari itu perlu menciptakan brand yang baik serta dikenal masyarakat luas melalui penciptaan kemasan yang bagus. Kemasan bisa dikatakan bagus jika memuat beberapa aspek diantaranya (Kadi et al., 2022): 1) *Packaging* 2) Tampilan warna produk dan 3) label pada produk. Hal tersebut dianggap penting bagi konsumen karena keputusan pembelian bisa dilihat melalui hal itu (Santosa, 2020).

Berdasarkan permasalahan yang ada pada penjual beras khususnya di wilayah Kecamatan Ciawi Kabupaten Tasikmalaya maka adanya inovasi baru berupa penciptaan suatu brand yang hendak didesain semenarik mungkin supaya kualitas produknya lebih mumpuni dan layak dipasarkan. Perbaharuan yang akan diciptakan ialah peningkatan kemasan pada karung beras

melalui pembekalan keterampilan mendesain. Harapannya dengan adanya hal ini mampu memberikan peluang bisnis supaya meningkatnya penjualan dan mampu bersaing di pasaran.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan di Kec Ciawi, Kab Tasikmalaya pada April 2021 s/d November 2021. Pemilihan lokasi ini diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang ada terkait pemberian *branding* dikarenakan minimnya pengetahuan dalam keterampilan mendesain. Berikut terdapat beberapa langkah pelatihan desain ini selama pengabdian: Memberikan pengalaman langsung dalam mendesain maka diperlukan suatu praktik. Dengan metode ini peserta pelatihan bisa mempelajari sekaligus menerapkan ilmunya secara langsung seperti yang tertera dalam gambar 1.



Gambar 1. Tantangan Pemuda di Pertanian

Pada tahap ini rata-rata penjual beras hanya berfokus pada produknya tanpa memikirkan kemasannya sehingga nilai *branding*nya menjadi kurang maksimal.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang telah dilakukan permasalahan yang terjadi dilapangan ialah sumber daya manusia yang masih minim dalam keterampilan mendesainnya. Oleh karena itu solusi yang tepat ialah dengan memberikan pelatihan khusus terutama dari segi keterampilan mendesainnya. Tujuan dari pengabdian ini ialah membuat desain produk yang menarik sehingga dapat meningkatkan minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan kemasan merupakan salah satu strategi yang bisa dilakukan untuk mengatasi persaingan antar penjual.



Gambar 4. Kemasan Tanpa Design

Permasalahan lain yang terjadi dilapangan ialah keterbatasan dalam hal pengembangan desain kemasan, pada awalnya kemasan produk beras sangatlah sederhana atau kurang menarik, setelah diberi pelatihan mendesain secara langsung akhirnya ada perubahan yang signifikan menjadi lebih bagus karena mementingkan segi estetikanya.



Gambar 5. Kemasan dengan Design

Pengabdian kali ini memuat tiga bagian penting diantaranya bagian manajemen pemasaran, bagian atribut produk dan bagian desain produk. Masing-masing bagian tersebut diwujudkan melalui struktur organisasi yang memuat beberapa hal diantaranya: Dokumentasi yang relevan dengan jasa atau barang sebagai luaran atau fokus utama kegiatan pengabdian masyarakat (foto, tabel, grafik, bagan, gambar dsb).



Gambar 6. Toko Beras SRT

Tabel 1. Rincian tugas masing-masing kegiatan

Keterangan	Rincian Tugas
Ketua Pengabdian	Memimpin kegiatan pengabdian dari awal sampai akhir, menyusun laporan hasil pengabdian serta menyusun hasil karya ilmiahnya.
Bagian Manajemen Pemasaran	Menjalankan kegiatan pengabdian dari awal sampai akhir serta menganalisis kebutuhan dilapangan agar hasil pengabdian sesuai dengan kondisi lapangan.
Bagian Atribut Produk	Merancang desain produk sehingga bisa berguna bagi penjual produk beras Setra Ramos Tjiawi tersebut.
Bagian Desain dan <i>Branding</i> Kemasan	Menjalankan kegiatan pengabdian dengan edukasi pelatihan langsung terkait tata cara desain produk serta memberi pengarahan dalam hal <i>branding</i> yang akan berguna bagi penjual. Aplikasi yang digunakan dalam mendesain ialah <i>Corel Draw</i>

SIMPULAN

Penyuluhan dan pendampingan pada pengabdian ini diharapkan dapat menciptakan keunggulan bersaing melalui penerapan *branding* pada produk beras. Salah satu penjual yang berhasil menerapkannya adalah produsen beras Sentra Ramos Tjiawi. Produsen semula hanya menggunakan cara penjualan secara konvensional tanpa menggunakan *branding*, sekarang dengan adanya penyuluhan ini produsen akan memulai penjualan produk beras dengan menerapkan *branding* sebagai upaya memberikan aspek pembeda dengan para pesaing yang ada di Pasar Ciawi Kab Tasikmalaya. Alhamdulillah kegiatan ini dapat berjalan dengan lancar karena partisipasi aktif dari berbagai pihak.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LP2M Universitas Perjuangan Tasikmalaya yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan secara baik dan lancar tanpa ada kendala. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada pedagang beras di Pasar Ciawi yang telah ikut berpartisipasi pada kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Ghfar, Z. (2022). Womenpreneurship: Aktualisasi Peran Perempuan Melalui Pemberdayaan Kewirausahaan di Kecamatan Lembayan Kabupaten Magetan. *Musāwa Jurnal Studi Gender Dan Islam*, 21(1), 81–94.

- <https://doi.org/10.14421/musawa.2022.211.81-94>
- Kadi, D., Ula Ananta Fauzi, R., Purwanto, H., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, P. (2022). Labeling Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Keripik Tempe Barokah Desa Garon Balerejo Madiun. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 50–59.
- Kementerian Pertanian Republik Indonesia. (2020) Program YESS. Sumber (*Online*) <https://www.Pertanian.Go.Id/Home/?Show=News&Act=View&Id=4419>
- Risnawati, N., Indonesia, U. K., Dan, K., & Sosial, K. (2023). “*Training and Capacity Building f or Eligible SMEs*” *Kewirausahaan Sosial bagi Pemuda Bidang Pertanian pada Program Youth Entrepreneurship And Employment Support Service (YESS) di Bogor Jawa Barat*. 4(1).
- Rodhiah, R., Ika Widayani, A., & Winduwati, S. (2021). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif Melalui Redesain Kemasan Ukm Cap Cus Di Jambi. *Prima : Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 1–6. <https://doi.org/10.55047/prima.v1i1.10>
- Santosa, A. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(11), 1257. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v5i11.1770>
- Statistik, B. P. (2021). Kabupaten Tasikmalaya Dalam Angka 2021. *Badan Pusat Statistik Kab Tasikmalaya*.
- Utami, H., Prasetya, B., Salsiyah, S. M., Sadriatwati, S. E., & Devie, E. (2018). Developing Creative Business Brands for Entrepreneurial Students through Differentiation and Positioning Strategies Pengembangan Brand Bisnis Kreatif Mahasiswa Wirausaha melalui Strategi Diferensiasi dan Positioning. *Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Semarang, Semarang, Indonesia*, 20(3), 181–192.