

## Pengabdian Kepada Masyarakat Bagi Kelompok Tani Elok Mekar Sari Surabaya

Candraningrat<sup>1</sup>, Yosef Richo Adrianto<sup>2</sup>, Januar Wibowo<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya  
Email : candra@stikom.edu

<sup>2</sup>Fakultas Informatika, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya  
Email : yosef@stikom.edu

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya  
Email : januar@stikom.edu

### Abstrak

UMKM perlu merancang kemasan produk yang dapat mencitrakan produk dengan kualitas yang tinggi. Apabila memandang aspek kemasan ini maka dapat dikatakan bahwa agar dapat menonjol dalam persaingan pasar yang ketat, maka kemasan produk dapat menciptakan identitas tersendiri atas produk yang ditawarkan. Persaingan dalam memperebutkan sekaligus memperluas pangsa pasar dewasa ini menjadi semakin rumit dimana perkembangan teknologi membuat paritasme produk semakin meningkat. Keunggulan-keunggulan dan nilai tambah produk menjadi semakin mirip antara penawaran yang diberikan suatu perusahaan dengan penawaran pesaing. Tujuan dari program ini adalah memberikan teknologi berupa desain kemasan yang komperhensif dan menambah kemampuan UMKM untuk meningkatkan pemasaran. Metode yang digunakan dalam program ini adalah pelatihan tentang strategi pemasaran dan pembuatan disain kemasan yang koperhensif, setelah itu membuatdesain kemasan yang menarik dan memberikan nilai tambah dengan pendampingan langsung oleh tim sehingga mitra dapat benar-benar dapat menghasilkan output lima produk yang akan berganti kemasan dan label kemasan, setelah itu tim membuat atribut pemasaran yang berupa x baner, lalu di serahkan desain, stiker dan atribut pemasaranalat ke mitra. Hasil dari kegiatan ini adalah tersedianya sembilan desain untuk lima produk yang berberda yaitu Jangkrik Crispy, Minuman Lidah Buaya, Donat Kentang, Tahu Bakso dan Sate Jamur. Selain desain kemasan pada program ini juga memberikan atribut pemasaran yang dapat di gunakan pada pameran yang biasanya di ikuti oleh Kelompok Tani Elok Mekarsari Surabaya guna untuk meningkatkan penjualan dari produk-produk yang di kelola oleh Kelompok Tani Elok Mekarsari agar memiliki kelangsungan usaha yang baik.

*Kata Kunci: Pemasaran, Disain kemasan, dan keberlanjutan UMKM*

### Pendahuluan

#### Latar Belakang

Persaingan dalam memperebutkan sekaligus memperluas pangsa pasar dewasa ini menjadi semakin rumit dimana perkembangan teknologi membuat paritasme produk semakin meningkat. Keunggulan-keunggulan dan nilai tambah produk menjadi semakin mirip antara penawaran yang diberikan suatu perusahaan dengan penawaran pesaing. Sejalan bersama tuntutan untuk menonjol dalam persaingan pasar, maka perusahaan perlu memastikan terjadinya peningkatan minat beli dari konsumen. Peningkatan minat beli dari konsumen memerlukan daya tarik yang kuat dari suatu produk yang ditawarkan

melalui komunikasi pemasaran yang terpadu seperti iklan dan promo-promo. Hal inilah yang juga menjadi tuntutan mendasar bagi suatu perusahaan atau produsen produk untuk mampu merangsang timbulnya minat beli dari konsumen agar dapat meningkatkan penjualan dari produk yang ditawarkan. Salah satu cara untuk mewujudkan tuntutan tersebut adalah dengan menciptakan daya tarik tersendiri atas produk yang ditawarkan agar berbeda dari produk pesaing.

Perusahaan dapat menciptakan daya tarik produk melalui perbaikan kualitas produk yang dapat menimbulkan kepuasan konsumen. Namun selain kualitas produk yang baik, perusahaan juga perlu

merancang kemasan produk yang dapat mencitrakan produk dengan kualitas yang tinggi. Apabila memandang aspek kemasan ini maka dapat dikatakan bahwa agar dapat menonjol dalam persaingan pasar yang ketat, maka kemasan produk dapat menciptakan identitas tersendiri atas produk yang ditawarkan. Upaya tersebut dilakukan dengan tujuan selain pemanfaatan jangka pendek yaitu untuk membungkus sebuah produk juga bertujuan jangka panjang yaitu upaya *branding* sehingga memerlukan proses yang komprehensif dalam perancangannya. Desain kemasan serta atribut pemasaran yang lainnya merupakan proses kreatif yang memungkinkan produk dipasarkan dengan menyatukan bentuk, struktur, warna, gambar, tipografi, material serta elemen desain lainnya dengan informasi kualitas produk. Fungsi kemasan secara mendasar adalah untuk membungkus, melindungi, menyimpan sekaligus mengidentifikasi serta memberikan ciri khas sebuah produk dalam persaingan pasar. Fungsi tersebut berperan pada pemasaran dengan mengkomunikasikan kepribadian ataupun kegunaan utama produk secara khusus dan berbeda dari pesaing yang serupa.

Bagi UMKM, desain kemasan harus mampu bermanfaat sebagai sarana estetika agar dapat berkomunikasi dengan semua orang dari beragam latar belakang dan minat yang berbeda, sehingga UMKM memerlukan wawasan tentang psikologi kepribadian, sosiologi kemasyarakatan sekaligus antropologi struktur masyarakat dan etnografi agar dapat memperlancar proses desain dan memperkaya pilihan-pilihan desain. Wawasan dalam hal keragaman sosial dan daya, perilaku manusia di luar unsur biologis dan tren kebudayaan serta ragam budaya dapat membantu UMKM dalam memahami elemen visual yang dapat mengkomunikasikan suatu produk sekaligus melakukan persuasi pasar. Dalam upaya menciptakan keunggulan bersaing bagi UMKM maka desain kemasan harus dilakukan dengan metode yang komprehensif dengan menggunakan banyak sarana untuk menyelesaikan serangkaian masalah yang rumit. UMKM perlu

melakukan eksplorasi, *brainstorming* dan eksperimen sekaligus pemikiran strategis untuk mentransformasikan informasi visual dan verbal menjadi konsep, ide dan strategi desain. Strategi desain kemasan yang komprehensif dapat memungkinkan informasi produk lebih mudah disampaikan ke konsumen.

Pentingnya kemasan sebagai upaya memenangkan persaingan ini tidak hanya penting bagi perusahaan-perusahaan dengan skala yang besar dan diversifikasi produk yang luas, namun peranan penting kemasan produk jauh lebih memiliki kepentingan mendesak bagi usaha menengah kecil mikro (UMKM) yang tentu saja berupaya sangat keras untuk masuk ke dalam persaingan pasar sebagai pendatang baru dan pemain dalam skala yang kecil. Pandangan tersebut dapat diartikan bahwa UMKM sangat perlu merancang kemasan yang dapat memberikan identitas bagi produk sekaligus meningkatkan citra. Salah satu kelompok usaha yang menaungi beragam UMKM adalah Kelompok Tani Elok Mekar Sari.

Menurut Surat Keputusan Lurah Semolowaru nomor 26/2011 bahwa Kelompok Tani Elok Mekar Sari didirikan tanggal 14 Desember 2011 yang beranggotakan 15 orang. Kelompok tani ini dijadikan wadah berkumpulnya warga yang sekaligus menjadi kader lingkungan di wilayah RW 08 Kelurahan Semolowaru untuk mengelola lahan di belakang RW 08 yang belum maksimal. Kelompok ini didorong oleh kesadaran serta keinginan yang kuat sekaligus membantu program pemerintah untuk memberdayakan masyarakat sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kelompok Tani Elok Mekar Sari mengelola berbagai budidaya yaitu budidaya jamur tiram, budidaya lele dan budidaya jangkrik yang pada awalnya mendapat bibit dari Dinas Pertanian. Hasil budidaya tersebut dibuat berbagai macam olahan oleh anggota kelompok tersebut.

Adanya beragam produk olahan dari Kelompok Tani Elok Mekar Sari ini membuatnya menjadi salah satu UMKM yang dipandang cukup sukses di Surabaya. Produk unggulan UMKM Elok Mekar Sari merupakan hasil olahan jamur tiram seperti

nugget jamur, sate jamur, bakso jamur, keripik jamur *crispy*, siomay jamur, tahu bakso jamur dan abon jamur. Selain itu Elok Mekar Sari juga mengolah beragam produk unggulan minuman antara lain minuman kunyit asem, minuman rumput laut, minuman sinom mbak dan minuman lidah buaya.



Gambar 1. Produk Olahan Elok Mekar Sari  
Dinas Pertanian Kota Surabaya memainkan penting dalam kemajuan Kelompok Tani Elok Mekar Sari yang terus menerus memberikan pembinaan dan pendampingan dengan berbagai pelatihan serta bantuan dalam hal budidaya perikanan, pertanian sekaligus peternakan. Dinas Pertanian Kota Surabaya juga memfasilitasi pemasaran produk pertanian dari Kelompok Tani Elok Mekar Sari yaitu dengan diikutsertakan pada berbagai macam kegiatan pameran seperti Pasar Tani dan Gelar Produk Pertanian yang diadakan setiap satu bulan sekali di Taman Surya Surabaya dan Bazar atau kegiatan lainnya.

Dalam aspek pemasaran inilah permasalahan Kelompok Tani Elok Mekar Sari muncul. Hal ini dibuktikan rendahnya angka penjualan yang selalu tidak sesuai target dan relatif cukup rendah. Melesetnya target penjualan dalam pameran disebabkan karena Kelompok Tani Elok Mekar Sari tidak mampu menarik minat pengunjung pameran yang hadir padahal jumlah pengunjung pameran rata-rata relatif tinggi.

Kurangnya aspek promosi menjadi penyebab utama kegagalan Kelompok Tani Elok Mekar Sari dalam memenuhi target penjualannya khususnya dalam hal pengemasan produk.

### Permasalahan

Kelompok Tani Elok Mekar Sari Kelurahan Semolowaru Kecamatan Sukolilo Kota Surabaya masih menggunakan teknik pengemasan yang sederhana tanpa mempertimbangkan prinsip-prinsip desain kemasan yang komprehensif sehingga terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh elemen Kelompok Tani Elok Mekar Sari yang antara lain sebagai berikut:

1. Kemasan yang digunakan untuk membungkus produk masih menggunakan visualisasi yang sangat sederhana dan tidak didasari dengan konsep desain yang komprehensif.
2. Kemasan tanpa konsep visualisasi yang komprehensif membuat produk yang dijual tidak mampu menarik minat pembeli yang dibuktikan dengan rendahnya volume penjualan dalam berbagai *event* pameran.
3. Tidak jelasnya target konsumen yang dituju sebagai dasar merumuskan desain kemasan agar pemasaran dapat dilakukan tepat sasaran.
4. Desain kemasan tidak dapat memenuhi fungsinya untuk menciptakan identitas produk yang unik dan berbeda dari pesaing lain walaupun produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang cukup tinggi dan tahan lama.
5. Desain kemasan yang ada dengan visualisasi yang sangat sederhana dan tidak didasari konsep desain yang komprehensif tidak mampu menciptakan citra produk yang berkualitas dan bermanfaat bagi konsumen.
6. Elemen Kelompok Tani Elok Mekar Sari tidak memiliki kemampuan dan wawasan mengenai desain kemasan yang komprehensif dan tidak memiliki pengetahuan cara-cara pengelolaan perumusan strategi pemasaran yang tepat sasaran.

Produk hasil olahan dari Kelompok Tani Elok Mekar Sari Kelurahan Semolowaru Kecamatan Rungkut Kota Surabaya sebenarnya merupakan produk-produk unggulan dengan kualitas yang baik. Namun kualitas tersebut tidak mampu menarik minat beli konsumen yang diberi penawaran produk. Hal ini dikarenakan kemasan yang membungkus produk tidak mampu menciptakan identitas bagi produk tersebut dan tidak dapat menimbulkan citra serta kesan unggul yang menggambarkan produk yang dibungkusnya. Desain kemasan yang tidak dirancang secara komprehensif dapat dipandang sebagai penyebab gagalnya menarik minat konsumen. Untuk itu diperlukan bantuan dari pihak lain yang dalam hal ini adalah pelaksana program IbM PPM Insitut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dalam hal penerapan teknologi tepat guna, peningkatan citra produk dalam kemasan, perumusan strategi pemasaran melalui kemasan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

### Metode

Pendekatan yang diusulkan untuk menawarkan solusi atas permasalahan yang dihadapi oleh Kelompok Tani Elok Mekar Sari adalah memberikan pelatihan dan pendampingan peningkatan pengetahuan dan penyusunan strategi pemasaran yang tepat sekaligus penataran untuk pembuatan desain kemasan produk-produk unggulan dari Kelompok Tani Elok Mekar Sari.

Rencana kegiatan untuk menghasilkan solusi masalah yang ditawarkan kepada mitra program IbM disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1 Rencana kegiatan

No	Rencana Kegiatan	Indikator Hasil
1	Koordinasi antara anggota Tim pelaksana dengan pihak mitra	Kesepakatan rencana kegiatan dan bentuk partisipasi mitra
2	Perencanaan teknis pendampingan	Kesepakatan dalam mempersiapkan

	pembuatan Desain Kemasan dan Pemasaran	Kegiatan
3	Pelaksanaan pendampingan pembuatan Desain Kemasan dan Pemasaran	Mitra memahami dan menerapkan Desain Kemasan dan Manajemen Pemasaran pada produknya
4	Pelaksanaan Pendampingan Desain Kemasan dan Manajemen Pemasaran pada produknya	Mitra memiliki Desain Kemasan yang menarik
5	Pelaksanaan Pembuatan Atribut Pemasaran	Mitra memiliki Atribut Pemasaran
6	Pelaksanaan Pendampingan Manajemen Pemasaran Mitra	Mitra Mengembangkan jaringan Pasar
7	Monitoring evaluasi	
8	Pembuatan Laporan	Laporan IbM dan artikel ilmiah dan artikel ilmiah untuk ke jurnal pengabdian masyarakat

Partisipasi mitra dalam pelaksanaan program adalah berperan aktif dalam setiap pelatihan yang diprogramkan dan sanggup mengimplementasikan hasil pelatihan.

### Hasil dan Pembahasan

Kegiatan yang dilakukan dalam Program IbM ini diawali dengan Koordinasi awal dengan Mitra Kelompok Tani Elok Mekar Sari, koordinasi awal dilakukan untuk menentukan kegiatan yang akan dilakukan dan teknologi yang di kembangkan sebagai upaya untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

Dari pelaksanaan kegiatan yang dilaksanakan, hasil yang telah dicapai, pertama pelatihan intensif mengenai dasar-dasar pemasaran dan cara-cara menyusun

strategi pemasaran yang tepat sasaran agar dapat dijadikan dasar untuk menentukan desain kemasan yang komprehensif serta pelatihan dasar-dasar desain kemasan yang komprehensif sekaligus pemberdayaan unit usaha untuk kelompok tani melalui penggunaan teknologi tepat dengan desain kemasan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dilaksanakan selama 1 (satu) hari pada tanggal 18 Juli 2017, Adapun susunan acara pelatihan sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Acara Pelatihan

Selasa, 18 Juli 2017		
Waktu	Kegiatan	Person In Charge
12.00 – 13.00	Registrasi dan makan siang	Panitia
13.01 – 13.30	<i>Pembukaan</i>	Panitia
13.31 – 15.00	<b>Sesi I</b> : Manajemen Pemasaran UMKM	Fasilitator Tim I <sub>b</sub> M
15.01 – 16.30	<b>Sesi II</b> : Pelatihan pembuatan kemasan produk yang koperhensif	Fasilitator Tim I <sub>b</sub> M

Pelaksanaan pelatihan dibagi dalam 2 tahap. Tahap pertama yaitu kegiatan pelatihan Pada hari Senin 5 September 2016 dari pukul 12.00 sampai dengan 16.30 yang telah di hadiri sebanyak 16 anggota kelompok tani Elok Mekar Sari serta terdapat juga perwakilan dari dinas pertanian kota Surabaya serta kepala bagian bidang ekonomi Kecamatan Sukolilo Surabaya. Acara pertama diawali dengan regisrasi dan pembukaan. Selanjutnya, dilanjutkan dengan pemberian materi pertama oleh Candraningrat, S.E., M.SM. dengan topik materi Manajemen Pemasaran UMKM. Materi ini membahas tentang bagaiman memasarkan produk UMKM pada kegiatan online maupun offline. Materi pertama ini diakhiri pada pukul 15.00. Sesi kedua dimulai pada pukul 15.01 berakhir pada 16.30. Materi kedua ini juga disampaikan oleh Yosef Richo Adrianto,

S.T., M.SM dengan topik Pelatihan pembuatan kemasan produk yang koperhensif, kegiatan Pengabdian Masyarakat ini juga di bantu oleh 2 mahasiswa dari program studi Manajemen yaitu Fitria Rahma Mufira dan Program Studi Desain Grafis yaitu Isnaini Miftakhul dari kedua mahasiswa tersebut berperan sebagai pembuatan desain kemasan, atribut kemasan, dan lainnya yang berperan aktif membantu kegiatan IBM pada kelompok Elok Mekar Sari.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan

Sedangkan yang kedua Pendampingan penyusunan strategi pemasaran yang berorientasi pelanggan telah di laksanakan oleh tim selama 8 bulan. Fungsi dari kegiatan pendampingan tersebut guna kegiatan pemasaran yang dilaksanakan mencapai target-target yang ditetapkan serta UMKM dapat *sustainable*. Selain pendampingan dalam program IBM ini juga telah dilaksanakan pembuatan atribut pemasaran yaitu berupa X baner dan kartunama untuk Kelompok Tani Elok Mekarsara yang dapat di manfaatkan pada kegiatan pameran yang biasanya di ikuti oleh kelompok tani Elok Mekar Sari.



Gambar 2. Kegiatan Pendampingan Pada Lomba pada Dinas Pertanian

Ketiga adalah pendampingan dasar-dasar desain kemasan produk yang komprehensif ini telah dilakukan kepada 5 produk olahan makanan dan minuman yang di produksi oleh kelompok tani Elok Mekar Sari Surabaya. Kegiatan pendampingan telah dilaksanakan selama kurang lebih 8 bulan dengan menggunakan 5 jenis produk dengan 9 jenis model dengan varian produk yang berbeda, disain kemasan produk yang

bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk. Program ini dapat di rasakan langsung oleh Kelompok Elok Mekar Sari yang telah memenangkan lomba Kelompok Tani terbaik di Surabaya juara 1 yang salah satu faktor penilainya dari desain kemasan dan kemitraan dengan kegiatan IBM ini.



Gambar 2. Pendampingan Pembuatan Kemasan



Gambar 3. Atribut Pemasaran



Gambar 3. Produk Sebelum di Desain



Gambar 4. Produk Setelah di Desain

## Kesimpulan

Kegiatan ini dilakukan dengan melakukan pengadaan Teknologi Tepat Guna berupa desain kemasan dan atribut pemasaran guna meningkatkan penjualan produk UMKM tersebut selain itu kelompok tani Elok mekar sari yang menjadi mitra pada program ini diberikan pula pelatihan manajemen pemasaran dan pelatihan cara membuat desain kemasan yang komperhensif, selain itu juga diberikan pendampingan yang intensif pada pembuatan kemasan yang hasilnya adalah 5 desain kemasan baru pada produk kelompok tani Elok Mekarsari sehingga ibu-ibu anggota kelompok yang belum begitu paham dan yang sering sekali mendapatkan pelatihan tentang pembuatan desain kemasan dari berbagai pihak tidak sia-sia karena para anggota kelompok rata-rata tidak dapat menerapkan sendiri setelah di berikan pelatihan karena keterbatasan waktu, suberdaya dan pengetahuan tentang desain kemasan yang komperhensif, dengan harapan usaha dapat dikelola dengan lebih profesional dan dapat meningkatkan omset penjualan yang semakin meningkat.

## Referensi

- Badan Pusat Statistik (BPS), 2010, *Ukuran Daya Saing Koperasi dan UMKM*.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2013, *Jumlah UMKM di Indonesia*.
- Badan Pusat Statistik (BPS), 2006, *Sensus Ekonomi*.
- Kementrian Koprasi dan UMKM, 2010.
- Shigley J E. et al. (2003). *Mechanical Engeneering Design* : McGraw Hill