

Peningkatan Peran Kelompok Wanita Tani dalam Pengemasan dan Pemasaran Online Produk Keripik di Desa Lantan Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah

Sri Mulyawati, Idiatul Fitri Danasari*, Sharfina Nabilah, Rifani Nur Sindy Setiawan, Baiq Rika Ayu Febrilia
Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia
Email: fitridanasari@unram.ac.id*

ABSTRAK

KWT Nine Seru merupakan Kelompok Wanita Tani yang diketahui menghasilkan produk oleh-oleh sebagai penunjang pariwisata di Desa Lantan, Kecamatan Batukliang, Kabupaten Lombok Tengah. Salah satu produk yang dihasilkan berupa berbagai macam keripik seperti keripik pisang, keripik talas, dan keripik sinkong. Rendahnya kualitas pengemasan produk dan kemampuan dalam pemasaran menjadi salah satu permasalahan yang dihadapi oleh KWT Nine Seru. Sehingga pada kegiatan pengabdian masyarakat ini anggota KWT Nine Seru akan diberikan edukasi mengenai pengemasan dan pemasaran produk berbasis online dengan harapan dapat meningkatkan peran KWT dalam mendukung pariwisata desa melalui penyediaan produk oleh-oleh. Adapun tahapan dalam penelitian ini yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Luaran dari kegiatan ini masyarakat desa khususnya anggota KWT Nine Seru dapat meningkatkan pengetahuan mengenai peningkatan kualitas produk dari sisi varian rasa, kemasan produk, pelabelan, dan memiliki akun pemasaran melalui Instagram.

Kata kunci : Pengemasan; Pemasaran; Kelompok Wanita Tani; Keripik

ABSTRACT

KWT Nine Seru is a Women's Farmer Group that is known to produce souvenir products to support tourism in Lantan Village, Batukliang District, Central Lombok Regency. One of the products produced is in the form of various kinds of chips, such as banana chips, taro chips, and cassava chips. The low quality of product packaging and ability in marketing is one of the problems KWT Nine Seru faces. So that in this community service activity, KWT Nine Seru members will be given education about online-based product packaging and marketing with the hope of increasing KWT's role in supporting village tourism through providing souvenir products. The stages in this research are preparation, implementation, and evaluation. The output of this activity is that the village community, especially KWT Nine Seru members, can increase their knowledge about improving product quality in terms of flavors, product packaging, labeling, and having a marketing account via Instagram.

Key words: Packaging; Marketing; Women's Farmers Group; Chips

PENDAHULUAN

Desa Lantan, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah memiliki potensi alam yang sangat besar, mulai dari ekowisata hingga agroindustri. Untuk pengembangan ekowisata di Desa Lantan, Pemerintah Desa Lantan mengaktifkan kembali Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang ada di Desa Lantan dengan struktur kepengurusan dan nama baru, yaitu

Pokdarwis “SOLAH”. Pokdarwis SOLAH menyediakan berbagai paket tur wisata di Desa Lantan, mulai dari Paket *Funbike*, Paket *Camping*, dan Paket *Staycation* di Desa Lantan. Untuk melengkapi setiap paket wisata yang ada, Pokdarwis SOLAH berharap adanya produk agroindustri yang dapat dijadikan oleh-oleh dari Desa Lantan. Hal tersebut dapat diwujudkan dengan mengoptimalkan potensi agroindustri yang ada di Desa Lantan, salah satunya adalah produk olahan keripik yang diproduksi oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) Nine Seru.

KWT Nine Seru merupakan Kelompok Wanita Tani yang ada di Desa Lantan yang beranggotakan ibu-ibu rumah tangga dengan penghasilan utama sebagai petani atau buruh tani. Untuk menopang kebutuhan ekonomi keluarga, ibu-ibu yang tergabung dalam KWT Nine Seru membuat produk olahan keripik, seperti keripik pisang, keripik singkong, dan keripik talas. Keripik tersebut kemudian dijual pada warung-warung yang ada di sekitar tempat produksi (di sekitar Desa Lantan saja) dan sesekali memenuhi kebutuhan pengepul apabila ada permintaan.

Karena kurangnya kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki, pemasaran produk keripik tersebut sangatlah terbatas sehingga omset yang diperoleh pun menjadi terbatas. Bentuk kemasan masih sangat sederhana dan tidak ada label merek. Apabila bentuk kemasan dibuat semenarik mungkin, maka dapat memberi kesan tersendiri bagi pembeli, karena bentuk kemasan yang menarik bagi konsumen dapat meningkatkan volume penjualan produk (Apriyanti; 2018)

Selain bentuk kemasan yang harus diperbaiki, selanjutnya adalah menciptakan saluran pemasaran yang lebih luas untuk meningkatkan omset penjualan. Seperti hasil penelitian Djaharudin (2017), bahwa semakin luas saluran distribusi dapat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan. Pemilihan saluran distribusi yang efisien juga dapat mempengaruhi tingkat pendapatan petani (Hasanuddin, Said, dan Ruslan; 2020)

Pemasaran online menjadi salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan untuk memperoleh pangsa pasar yang lebih luas dan menciptakan saluran distribusi yang lebih efisien, yakni petani dapat berinteraksi secara langsung dengan konsumen melalui sosial media maupun *marketplace*. Strategi pemasaran online merupakan strategi pemasaran yang efektif dalam membangun komunikasi antara penjual dan pembeli (Fadli dan Utama; 2020).

Permasalahan Mitra

KWT Nine Seru belum mampu memasarkan produk keripik yang mereka buat dengan optimal karena keterbatasan dalam pengemasan dan saluran pemasarannya. Selain itu, produk keripik tersebut berpotensi untuk dijadikan oleh-oleh untuk mendukung ekowisata Desa Lantan. Permasalahan yang dihadapi mitra dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Dari aspek produk keripik
Meskipun jenis produk keripik yang diproduksi KWT Nine Seru beragam; yakni keripik pisang, keripik singkong, keripik talas; namun varian rasanya kurang beragam, yakni hanya rasa original dan manis saja.
2. Dari aspek kemasan
Kemasan yang digunakan masih menggunakan plastik transparan yang tipis, sehingga kemungkinan untuk robek/rusak cukup tinggi.
3. Dari aspek merek
Belum ada desain merek khusus pada kemasan keripik tersebut
4. Dari aspek pemasaran
Keripik tersebut hanya dijual di warung-warung terdekat di sekitar tempat produksi, yakni di Desa Lantan saja dan sesekali memenuhi kebutuhan pengepul apabila ada permintaan.

Oleh karena itu kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pengarahan dan pelatihan tentang peningkatan peran kelompok wanita tani dalam pengemasan dan pemasaran online produk keripik di Desa Lantan, Kecamatan Batukliang Utara, Kabupaten Lombok Tengah.

METODE PELAKSANAAN

Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan studi literatur dan mengurus ijin kegiatan pengabdian, serta melakukan koordinasi pembagian tugas dengan tim pelaksana pengabdian. Selanjutnya adalah melakukan koordinasi dengan mitra untuk menyesuaikan jadwal kegiatan serta mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan selama kegiatan pengabdian di lapangan.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan

1. Melakukan penyuluhan/sosialisasi untuk memberikan pemahaman kepada mitra
2. Perbaikan nilai tambah produk
3. Perbaikan kualitas kemasan, merek dan label
4. Perbaikan sistem pemasaran secara online

Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi meliputi kegiatan pengumpulan informasi tentang hasil program kegiatan yang sudah dilakukan untuk mengetahui capaian dari kegiatan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Melakukan Penyuluhan/Sosialisasi Untuk Memberikan Pemahaman Kepada Mitra

Kegiatan penyuluhan/sosialisasi diisi oleh dua orang narasumber yang tergabung sebagai anggota tim PKM. Materi yang diisi oleh narasumber pertama, yaitu terkait dengan cara pengemasan yang baik dan bagaimana memilih bentuk kemasan yang higienis serta menarik bagi pelanggan. Selain itu dijelaskan pula manfaat dari pengemasan yang tidak hanya sebagai media pembungkus atau wadah makanan saja, melainkan dengan adanya kemasan yang bagus dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Perbaikan Nilai Tambah Produk

Pada awalnya, keripik KWT Nine seru hanya memiliki rasa original dan manis. Oleh karena itu, untuk memberikan nilai tambah pada produk keripik tersebut, diberikan berbagai varian rasa lain, seperti rasa *barbeque*, jagung manis, balado, dan nori. Dengan menambahkan varian rasa baru, maka harga jual produk juga dapat ditingkatkan. Selain itu, dengan adanya berbagai varian rasa baru dapat mengurangi kejenuhan konsumen dengan adanya berbagai pilihan varian rasa yang sesuai dengan selera mereka. Selain itu, perbaikan produk untuk memberikan nilai tambah dapat dilakukan dengan pemberian pelatihan dan pembuatan SOP dengan untuk menjaga kualitas dan kestabilan produk (Sukanteri, *et al.*, 2020).

Perbaikan Kualitas Kemasan Dan Label Merek

Kemasan yang digunakan sebelumnya adalah plastik tipis transparan. Kemasan tersebut sangat mudah rusak, sehingga perlu diganti dengan kemasan baru yang lebih kuat dan tahan lama. Kemasan baru yang digunakan adalah *aluminium standing pouch* dengan *zipper lock* di bagian atasnya. Setelah dikemas dengan rapi, selanjutnya kemasan disegel dengan mesin *sealer* untuk memastikan tidak ada udara yang masuk ke dalam makanan. Tujuan dari dilakukannya

pengemasan produk ini adalah untuk meningkatkan daya tarik produk sehingga memudahkan masuk pasar yang lebih luas dan lebih bersaing (Danasari *et al.* 2022).



Gambar 1. Kemasan keripik sebelumnya

Selanjutnya adalah pembuatan label produk sebagai pembeda atau identitas keripik yang diproduksi oleh KWT Nine Seru. Desain label merek dibuat sedemikian rupa agar semua informasi yang diperlukan dalam label dimuat dengan baik. Begitu juga dengan pemilihan nama merek tetap menggunakan nama asli dari KWT Nine Seru yang merupakan kelompok wanita tani dari Desa Lantan. Setelah keripik dikemas dengan baik, maka produk ini dapat dijadikan produk oleh-oleh dari Desa Lantan.



Gambar 2. Kemasan Keripik Saat ini

Perbaikan sistem pemasaran secara online

Setelah dibekali tentang pemahaman pemasaran secara online, selanjutnya adalah pembuatan akun di media sosial untuk mempromosikan keripik KWT Nine Seru. Media sosial yang dipilih adalah *Instagram* dengan pertimbangan kemudahan fitur yang digunakan dibandingkan dengan media sosial yang lain. Dengan adanya akun instagram keripik Nine Seru, ini menjadi langkah awal untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Kelompok dapat memaksimalkan lagi penggunaan fitur-fitur instagram, diantaranya fitur geotagging yang dapat memudahkan followers dalam mengakses informasi alamat dan live instagram (insta story) dapat menjadi media pemasaran langsung (Setiawan, *et al.*, 2019)



Gambar 3. Instagram Keripik Nine Seru

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami ucapkan kepada Pemerintah Desa Lantan Kecamatan Batuklian Utaran Kabupaten Lombok Tengah, khususnya peserta pelatihan yaitu anggota KWT Nine Seru atas antusias dan respon yang aktif serta positif selama berlangsungnya kegiatan pengabdian masyarakat ini

KESIMPULAN

1. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan baik dan dapat memenuhi kebutuhan mitra
2. Perbaikan nilai tambah produk dengan berbagai pilihan varian rasa serta bentuk kemasan yang menarik dan higienis.
3. Adanya label merek sebagai identitas pembeda produk keripik produksi KWT Nine Seru dari Desa Lantan
4. Adanya media sosial *Instagram* keripik Nine Seru sebagai media pemasaran online
5. Adanya produk agorindustri yang mendukung ekowisata di Desa Lantan

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, ME. 2018. Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio e-kon*. Vol 10. No.1. Doi: <http://dx.doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Danasari, IF. Heldiyanti, R. Selvia, SI., Sari, NMW. 2022. Pelatihan Pembuatan Sirup Air Kelapa Sebagai Upaya Peningkatan Pendapatan Kelompok Wanita Tani di Desa Lendang Nangka. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, vol5(4):282-286
- Djaharuddin, D. 2017. Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan Pada UD. Timur Terang Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer*. Vol. 3 No. 2

- Fadly, H.D., Utama. 2020. Membangun Pemasaran Online Dan *Digital Branding* ditengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Ecoment Global Kajian Bisnis dan Manajemen*. Vol 5 No. 2
Doi: <http://dx.doi.org/10.35908/jeg.v5i2.1042>
- Hasanuddin, A., Said, M., & Ruslan, M. 2020. Pengaruh Saluran Distribusi, Biaya Pemasaran dan Volume Penjualan Terhadap Pendapatan Petani Kentang di Kabupaten Gowa Sulawesi Selatan. *Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1), 1–10. Doi: <https://doi.org/10.35965/jbm.v3i1.590>
- Setiawan, I. D., Sukanteri, N. P., Suryana, I. M., & Suparyana, P. K. (2019). Pengaruh Promosi Berbasis Sosial Media Terhadap Penjualan Produksi Kelompok Wanita Tani (KWT) Ayu Tangkas Di Desa Megati. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(2), 227-234. Doi: <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v8i2.22375>
- Sukanteri, N. P., Suparyana, P. K., Suryana, I. M., Yuniti, D., & Verawati, Y. (2020). Manajemen Pengendalian Mutu Dalam Produksi Agribisnis pada Kelompok Wanita Tani Ayu Tangkas. *Jurnal Galung Tropika*, 9(3), 209-222. Doi: <https://doi.org/10.31850/jgt.v9i3.626>