

Bukan Hanya Sekadar Wadah: Mengemas Nilai Jual Produk Khas Desa

Tiara Sevi Nurmanita¹, Sucipto², Berlina Hidayati³, Dewi Wardah Mazidatur Rohmah⁴
Universitas Terbuka
tiarasevi@ecampus.ut.ac.id¹

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada peningkatan daya saing produk khas Desa Juruan Daya, Kabupaten Sumenep, melalui strategi pengemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga mampu meningkatkan nilai jual produk. Produk unggulan desa seperti keripik pisang dan terasi memiliki potensi besar untuk berkembang, namun masih menghadapi tantangan dalam hal branding dan pemasaran. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk membekali pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di desa tersebut dengan keterampilan desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai tren pasar.

Selain itu, pelatihan juga mencakup strategi pemasaran digital melalui platform daring media sosial, seperti whatsapp dan instagram. Dengan memanfaatkan teknologi ini, produk khas Desa Juruan Daya dapat dikenal lebih luas dan bersaing di pasar global. Metode yang digunakan dalam program ini adalah kombinasi teori dan praktik, yang mencakup pembuatan desain kemasan, analisis pasar, dan teknik pemasaran digital.

Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam menciptakan kemasan produk yang berkualitas serta penerapan strategi pemasaran yang efektif. Dengan demikian, produk khas Desa Juruan Daya dapat memperoleh nilai tambah dan berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

A. Pendahuluan

Desa Juruan Daya memiliki produk unggulan, seperti keripik pisang dan terasi, yang dikenal dengan kualitas bahan alami dan proses pengolahan tradisional. Meskipun produk ini berpotensi besar, keterbatasan pengetahuan pelaku UMKM dalam pengemasan dan pemasaran menjadi hambatan untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Pengemasan yang menarik dan sesuai tren pasar dapat meningkatkan daya tarik produk serta memberikan kesan profesional. Pengemasan yang menarik dan sesuai tren pasar terbukti efektif dalam menarik minat konsumen dan memperkuat citra produk (Riswan et al., 2023). Pemasaran digital juga memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan produk lokal, termasuk UMKM, yang memanfaatkan platform daring untuk menarik calon konsumen dari berbagai daerah (Hakim et al., 2023). Dengan semakin berkembangnya teknologi, pemasaran digital juga menjadi sarana penting yang mampu memperluas jangkauan pasar hingga luar daerah, bahkan hingga pasar global.

Pengemasan produk yang baik bukan sekadar melindungi isi produk, tetapi juga berfungsi sebagai sarana komunikasi visual yang dapat mempengaruhi minat konsumen. Sebuah kemasan yang menarik, disertai dengan informasi yang lengkap, dapat memberikan nilai tambah dan membuat produk lebih kompetitif. Di sisi lain, pemasaran digital melalui media sosial memungkinkan UMKM di desa untuk memperkenalkan produknya secara langsung kepada calon konsumen. Riset menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dengan desain kreatif dapat meningkatkan daya jual produk hingga dua kali lipat (Nugraha & Aziz, 2022). Oleh karena itu, pelatihan ini bertujuan memberikan keterampilan bagi UMKM di Desa Juruan Daya untuk meningkatkan kualitas kemasan dan strategi pemasaran digital mereka. Oleh karena itu, pelatihan ini disusun untuk memberikan keterampilan dalam dua aspek penting tersebut.

Program ini ditujukan untuk pelaku UMKM di Desa Juruan Daya yang berpotensi meningkatkan kualitas produk lokal dan memperluas jaringan pemasaran produk mereka melalui strategi pengemasan dan pemasaran digital. Adapun keterampilan yang diharapkan:

1. Meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam mendesain kemasan produk yang menarik dan fungsional.
2. Membekali pelaku UMKM dengan strategi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar.
3. Mengoptimalkan nilai jual produk khas Desa Juruan Daya melalui kemasan dan pemasaran yang efektif.

B. Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilaksanakan melalui kombinasi teori dan praktik, dengan tahapan sebagai berikut:

1. Sesi Pengantar dan Pengenalan:

Pengenalan pentingnya desain kemasan yang menarik dan strategi pemasaran digital. Para peserta diperkenalkan pada berbagai platform pemasaran yang dapat dimanfaatkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2. Pelatihan Desain Kemasan:

Sesi ini mencakup pelatihan mendalam tentang pembuatan desain kemasan yang kreatif, dengan penggunaan warna, bentuk, dan bahan kemasan yang menarik. Dalam latihan ini, peserta juga diberikan contoh-contoh kemasan yang sukses di pasar untuk memperkaya ide-ide desain mereka (Suryani et al., 2023).

3. Strategi Pemasaran Digital:

Sesi ini mencakup pelatihan dalam memanfaatkan media sosial, seperti WhatsApp dan Instagram, serta marketplace lokal. Peserta diajarkan cara membuat konten

promosi, memilih platform yang sesuai, dan mengembangkan interaksi dengan konsumen untuk meningkatkan brand awareness.

4. Evaluasi dan Pendampingan Lanjutan:

Setelah pelatihan, peserta mencoba mempraktikkan keterampilan yang telah diperoleh dan mendapatkan umpan balik yang bertujuan untuk perbaikan. Evaluasi hasil pelatihan digunakan untuk mengukur keterampilan baru yang dimiliki peserta serta kesiapan mereka untuk menerapkan strategi pemasaran digital.

C. Hasil dan Pembahasan

Pengemasan Produk

Setelah pelatihan, peserta berhasil menghasilkan desain kemasan yang lebih menarik dan profesional. Keterampilan dalam mendesain kemasan yang menarik dengan bahan kemasan yang sesuai membantu meningkatkan daya jual produk mereka. Para pelaku UMKM menyadari bahwa desain kemasan yang baik dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat identitas produk di mata konsumen.

Implementasi Pemasaran Digital

Pemasaran digital yang diterapkan oleh peserta melalui WhatsApp, Instagram, dan marketplace menunjukkan peningkatan interaksi dengan konsumen. Pemasaran digital memberikan keuntungan dalam menjangkau pasar yang lebih luas, mengingat bahwa platform ini sangat efektif untuk promosi dan transaksi jual-beli produk lokal. Interaksi yang aktif dengan konsumen melalui media sosial membuat produk lebih dikenal dan dipercaya, sehingga meningkatkan permintaan produk khas desa.

Dampak Ekonomi

Program ini berhasil menunjukkan dampak positif terhadap penghasilan pelaku UMKM di desa. Dengan keterampilan desain kemasan yang lebih baik dan strategi pemasaran digital, pelaku UMKM mampu memperkenalkan produk khas desa secara lebih luas, yang meningkatkan potensi pendapatan mereka secara signifikan. Peningkatan ekonomi lokal ini juga berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat desa secara keseluruhan.

D. Simpulan

Program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan daya jual produk khas desa melalui peningkatan keterampilan dalam desain kemasan dan pemasaran digital. Kemasan yang menarik bukan sekadar wadah,

tetapi menjadi identitas produk yang mampu memperkuat citra produk khas desa di pasar. Di sisi lain, pemasaran digital memungkinkan UMKM desa untuk bersaing di pasar yang lebih luas, bahkan global.

E. Daftar Rujukan

- Hakim, A. L., Faizah, E. N., Fajri, M. B., Rosiawan, R. W., & Bait, J. F. (2023). Penerapan Digital Marketing sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 1382-1388.
- Nugraha, D., & Aziz, T. (2022). Analisis Pengaruh Kemasan terhadap Daya Tarik Produk UMKM di Pasar Digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(3), 215-228.
- Riswan, R., Margolang, V. A., & Fadhila, S. (2023). Sosialisasi Program Pengemasan dan Pemasaran Produk Online UMKM Desa Sengon Sari. *RAMBATE*, 3(1), 16-21.
- Santoso, A., & Rahmawati, L. (2021). Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Produk Lokal. *Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis*, 10(2), 89-96.
- Suryani, I., Nuraini, A., & Kurniawati, R. (2023). Desain Kemasan Inovatif untuk Meningkatkan Citra Produk UMKM. *Jurnal Desain dan Inovasi*, 12(1), 45-52.