

PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN DAN STRATEGI PEMASARAN *E-COMMERCE* PADA PRODUK *BROWN SUGAR SAWIT* DI KAMPUNG TIMBUL REJO LAMPUNG TENGAH

Puspita Yuliandari¹, Erdi Suroso¹, Lathifa Indraningtyas^{1*}, Pramita Sari Anungputri¹

¹ Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Lampung

* E-mail: thifa.180991@gmail.com

Perkembangan Artikel:

Disubmit: 8 September 2022

Diperbaiki: 14 September 2022

Diterima: 21 September 2022

Kata Kunci: *Brown sugar, Kemasan, Label, E-commerce*

Abstrak: *Pengabdian Kepada Masyarakat Diseminasi Hasil Riset Tahun 2022 bekerja sama dengan KWT Mawar di Desa Timbul Rejo, Bangun Rejo, Kabupaten Lampung Tengah, Provinsi Lampung berupaya melakukan pemanfaatan limbah batang sawit menjadi produk olahan pangan yaitu brown sugar sawit. Permasalahan mitra dalam memproduksi brown sugar sawit adalah penggunaan kemasan yang masih sederhana serta pemasaran yang masih terbatas. Tujuan dari program diseminasi hasil riset adalah: (1) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KWT Mawar dalam melakukan pengembangan desain kemasan brown sugar sawit; (2) Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KWT Mawar dalam melakukan pengembangan strategi pemasaran melalui e-commerce pada produk brown sugar sawit. Pelaksanaan pengabdian dilakukan bersama dengan KWT Mawar sebanyak 15 orang dengan tahapan persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Pelaksanaan kegiatan terdiri dari sosialisasi, pendampingan, dan praktik langsung/demonstrasi. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan nilai pre test dan post test. Hasil yang diperoleh yaitu peningkatan pemahaman dan keterampilan KWT Mawar dalam mengembangkan desain kemasan standing pouch window dan botol plastik serta dilengkapi dengan informasi label kemasan. KWT Mawar juga memperoleh ilmu dan keterampilan dalam memasarkan melalui e-commerce yaitu melalui akun instagram dan shopee. Kegiatan ini lebih lanjut diharapkan dapat diaplikasikan dalam mengembangkan kemasan*

Pendahuluan

Kampung Timbul Rejo merupakan kampung yang berada di wilayah Kecamatan Bangun Rejo, Kabupaten Lampung Tengah. Luas wilayah Kampung Timbul Rejo adalah sebesar 382 m². Kampung Timbul Rejo memiliki batas-batas wilayah, sebelah utara berbatasan dengan Kampung Margorejo, sebelah barat berbatasan dengan Kampung Sidomulyo atau Sidoluhur, sebelah selatan berbatasan dengan Kampung Sidoluhur, dan sebelah timur berbatasan dengan Kampung Sukanegara atau Sukawringin. Kampung Timbul Rejo merupakan daerah yang memiliki luas kemiringan lahan (rata-rata datar) sebesar 158.566 m² dan ketinggian di atas permukaan laut sebesar 51 m, sehingga klimatologi di daerah Kampung Timbul Rejo bersuhu rata-rata sebesar 22°C – 34°C dan curah hujan sebesar 6 bulan/20'10m². Kampung Timbul Rejo memiliki jumlah penduduk sebanyak 1.502 jiwa dengan jumlah laki-laki sebanyak 872 jiwa dan perempuan sebanyak 630 jiwa yang tersebar di empat dusun dan jumlah Rukun tetangga (RT) sebanyak 14 RT. Kampung Timbul Rejo memiliki potensi yang cukup besar pada hasil perkebunan dan pertanian terutama tanaman kelapa sawit. Hal itu disebabkan Kampung Timbul Rejo memiliki lahan perkebunan yang cukup luas sehingga memberikan pengaruh yang cukup besar bagi perekonomian di kampung. Akan tetapi, letak Kampung Timbul Rejo yang jauh dari pusat keramaian kota, mengakibatkan masyarakatnya sukar mendapatkan akses dari luar dan harus mengeluarkan banyak biaya transportasi untuk pemasaran produk.

Potensi hasil perkebunan sawit yang dapat dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan pendapatan masyarakat Kampung Timbul Rejo yaitu melalui inovasi pemanfaatan limbah pohon sawit yang tumbang. Limbah pohon sawit yang sebelumnya tidak dimanfaatkan, dapat diolah menjadi gula semut (*brown sugar*) karena mengandung nira yang keluar dari batang sawit. *Brown sugar* sawit diharapkan tidak hanya meningkatkan perekonomian masyarakat, tetapi ikut serta dalam pemeliharaan lingkungan. Pada tahun 2021, Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lampung melalui Pengabdian Masyarakat Skema Diseminasi telah mendukung pelaksanaan kegiatan “Pengembangan Gula Semut dari Kelapa Sawit Menggunakan Teknologi Mesin Pemasak Semi Otomatis Brown Sugar di Desa Timbul Rejo Kecamatan Bangun Rejo, Kabupaten Lampung Tengah”. Namun pengabdian yang telah dilakukan masih terbatas pada produksi *brown sugar* menggunakan teknologi mesin pemasak semi otomatis. Oleh karena itu, diharapkan pada tahun 2022, Pengabdian Masyarakat Skema Diseminasi dapat dilanjutkan melalui kegiatan pengembangan desain kemasan dan strategi pemasaran *e-commerce* pada produk *brown sugar* sawit.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan KWT Mawar dalam melakukan pengembangan desain kemasan dan strategi pemasaran melalui *e-commerce* pada produk *brown sugar* sawit.

Metode

Lokasi dan partisipan kegiatan

Kegiatan diseminasi hasil riset akan dilakukan selama 6 bulan yaitu pada bulan April sampai September 2022. Kegiatan ini melibatkan mitra yaitu KWT Mawar di Desa Timbul Rejo Kecamatan Bangun Rejo, Kabupaten Lampung Tengah. Pendampingan dilakukan oleh 4 orang Dosen serta melibatkan 2 orang mahasiswa dari Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Jurusan Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian Universitas Lampung. Pelaksanaan kegiatan dilakukan beberapa pendekatan, yaitu penyuluhan, pelatihan, pendampingan dan pemberdayaan.

Bahan dan alat

Bahan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah nira sawit yang berasal dari batang sawit yang telah tumbang. Peralatan yang digunakan diantaranya bahan kemasan *standing pouch aluminium foil*, kemasan botol plastik, *sealer pouch*, *hot air gun*, sticker vinyl, serta mesin semi otomatis yang telah dimodifikasi berdasarkan hasil riset tahun 2021 yaitu modifikasi pada tahap evaporasi dan kristalisasi.

Metode pelaksanaan kegiatan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian diseminasi ini, yaitu ceramah dan diskusi serta praktik atau demonstrasi. Tahapan-tahapan yang dilakukan pada kegiatan diseminasi hasil riset diantaranya persiapan, observasi lapang, pelaksanaan, dan evaluasi. Tahap persiapan dilakukan dengan mempersiapkan alat dan bahan, surat izin, serta pembagian *job desc* tim yang berkaitan dengan pembagian tugas. Tahap observasi lapang dilakukan untuk mengumpulkan data yang akan dianalisis Kembali untuk menyusun program kerja dan jadwal kegiatan.

Tahap pelaksanaan diseminasi dimulai dengan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan, serta demonstrasi dan praktik langsung. Pelaksanaan akan dibagi menjadi 2 tahap yaitu kegiatan perancangan desain kemasan dan pengembangan *e-commerce* untuk pemasaran produk. Desain kemasan yang dibuat akan menggunakan beberapa bahan dan ukuran serta adanya *labeling* yang berisikan informasi seperti logo, ilustrasi, komposisi, berat bersih, dan tanggal kadaluarsa. Pengembangan pemasaran melalui *e-commerce* akan dipraktikkan melalui pembuatan akun seperti tokopedia, shopee, instagram, dan tiktok.

Evaluasi keberhasilan kegiatan diseminasi akan dilihat dari pemahaman pengetahuan KWT Mawar (melalui pre test dan post test) serta diharapkan adanya peningkatan jumlah penjualan produk *brown sugar* sawit.

Hasil dan Pembahasan

Persiapan

Persiapan dilakukan dengan terlebih dahulu melakukan observasi mengenai kebutuhan KWT Mawar selaku mitra pada pengabdian ini. Berdasarkan hasil observasi, KWT Mawar telah dapat melakukan produksi *brown sugar* sawit, namun masih menggunakan kemasan plastik biasa dan tidak terdapat informasi mengenai label pada kemasan (Gambar 1).



Gambar 1. Kemasan produk *brown sugar* sawit sebelum dilakukan kegiatan pengabdian

Pada pengabdian ini, tim melakukan pengembangan desain kemasan yang dilengkapi dengan informasi mengenai label pada kemasan meliputi nama produk, logo, produsen, komposisi produk, berat bersih produk, dan sponsor kegiatan. Desain kemasan yang dipilih pada pengabdian ini terdiri dari dua jenis yaitu *standing pouch window* (produk tampak di bagian tengah kemasan) dan dilengkapi dengan *ziplock* dan kemasan berbentuk jar atau botol plastik (Gambar 2).



Gambar 2. Kemasan *standing pouch* dan botol plastik

Label pada kemasan didesain berbentuk *sticker* yang dapat ditempelkan dengan mudah pada kemasan *standing pouch* maupun botol plastik. *Sticker* label dicetak menggunakan bahan *vinyl* yang tahan air sehingga lebih awet. Warna yang dipilih adalah nuansa coklat menyesuaikan warna produk *brown sugar* yang dihasilkan. Adapun informasi yang tercantum pada label adalah sebagai berikut (Gambar 3).



Gambar 3. Informasi label kemasan produk *brown sugar* sawit tipe *standing pouch window* dan botol plastik

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui sosialisasi, diskusi, dan demonstrasi (praktik langsung) bersama dengan KWT Mawar yang berjumlah 15 orang. Pada saat

sosialisasi dijelaskan kembali mengenai proses pembuatan *brown sugar* sawit menggunakan mesin semi otomatis (Gambar 4.), namun saat demonstrasi tidak dipraktikkan kembali dikarenakan produk *brown sugar* sebelumnya sudah dibuat.



Gambar 4. Penjelasan materi sosialisasi teknologi produksi *brown sugar* sawit menggunakan mesin semi otomatis oleh Puspita Yuliandari

Sosialisasi selanjutnya adalah mengenai penggunaan kemasan berbentuk botol plastik dan *standing pouch window* dengan berbagai ukuran. Botol plastik yang digunakan adalah dengan berat bersih produk sekitar 200 gram. Penggunaan botol plastik diharapkan dapat digunakan oleh KWT Mawar untuk mengemas produk *brown sugar* yang tidak hanya berbahan baku nira sawit, namun berbahan baku nira lainnya dan beberapa produk olahan lain yang berbentuk bubuk/serbuk. Botol plastik yang digunakan dilengkapi dengan penutup di bagian dalam dan kemudian ditambahkan segel plastik di bagian luar tutup botol. Penambahan segel plastik dilakukan dengan cara pemanasan menggunakan *hot air gun* agar plastik merekat dan mengunci tutup botol. Hal ini bertujuan agar botol plastik kedap udara untuk melindungi produk *brown sugar* yang bersifat higroskopis. Pengembangan kemasan *brown sugar* menggunakan botol plastik dapat dilihat sebagai berikut (Gambar 5).



Gambar 5. Pengembangan kemasan *brown sugar* menggunakan botol plastik

Selain itu, kemasan yang digunakan adalah berbentuk *standing pouch window* berbahan aluminium foil dengan warna emas dan kesan mengkilap (*glossy*), lihat Gambar 6. Penggunaan kemasan ini selain agar kedap udara adalah agar produk dapat dilihat dari bagian tengah kemasan. Variasi ukuran yang digunakan yaitu 100 gram, 200 gram, dan 500 gram.



Gambar 6. Pengembangan kemasan brown sugar menggunakan standing pouch

Sosialisasi pengembangan desain kemasan botol plastik dan *standing pouch window* dilanjutkan dengan kegiatan praktik/demonstrasi langsung yang diikuti oleh ibu-ibu dari KWT Mawar (Gambar 7).



Gambar 7. Penjelasan materi pengembangan desain kemasan botol plastik dan standing pouch window produk brown sugar oleh Lathifa Indraningtyas

Sosialisasi terakhir adalah mengenai manajemen pemasaran berbasis *online* atau penggunaan sistem pemasaran *e-commerce* melalui instagram dan shopee. Hal ini dianggap penting dikarenakan KWT Mawar masih mengalami kendala dalam memasarkan produk-produknya. Pemasaran yang dilakukan selama ini masih menggunakan cara konvensional dan terbatas di daerah Lampung Tengah dan sekitarnya saja. Oleh karena itu, tim pengabdian memberikan sosialisasi dan membantu dalam pembuatan akun penjualan di instagram dan shopee (Gambar 8).



Gambar 8. Sosialisasi pemasaran produk brown sugar menggunakan instagram dan shopee oleh Pramita Sari Anungputri

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan respon jawaban yang diperoleh berdasarkan pertanyaan *pre test* dan *post test*. Pertanyaan *pre test* dan *post test* adalah pertanyaan yang sama. Namun *pre test* dilakukan sebelum pelaksanaan sosialisasi dan demonstrasi, sedangkan *post test* dilaksanakan setelah selesai sosialisasi dan demonstrasi. Perbandingan respon jawaban *pre test* dan *post test* dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar pertanyaan dan respon jawaban pre test dan post test KWT Mawar

PERTANYAAN	JAWABAN PRE TEST				JAWABAN POST TEST			
	Tahu	Tidak	Tahu (%)	Tidak Tahu (%)	Tahu	Tidak	Tahu (%)	Tidak Tahu (%)
Apakah Anda mengetahui produk gula semut ?	13	2	86,67	13,33	15	0	100	0
Apakah Anda mengetahui bahan baku produk gula semut ?	13	2	86,67	13,33	15	0	100	0
Apakah Anda mengetahui proses pembuatan produk gula semut ?	11	4	73,33	26,67	15	0	100	0
Apakah Anda mengetahui kemasan produk gula semut ?	11	4	73,33	26,67	15	0	100	0
Contoh kemasan yang dapat digunakan untuk produk gula semut	14	1	93,33	6,67	15	0	100	0
Syarat kemasan untuk produk gula semut	14	1	93,33	6,67	15	0	100	0
Apa saja informasi yang ada pada label kemasan ?	6	9	40,00	60,00	15	0	100	0
Bagaimana cara agar produk mudah dijual ke seluruh daerah	15	0	100,00	0,00	15	0	100	0

PERTANYAAN	JAWABAN <i>PRE TEST</i>				JAWABAN <i>POST TEST</i>			
	Pernah/ Tahu	Tidak Pernah/ Tidak Tahu	Pernah/ Tahu (%)	Tidak Pernah/ Tidak Tahu (%)	Pernah/ Tahu	Tidak Pernah/ Tidak Tahu	Pernah/ Tahu (%)	Tidak Pernah/ Tidak Tahu (%)
Pernakah Anda melakukan pembelian produk secara <i>online</i>	15	0	100,00	0,00	15	0	100	0
Tahu kah Anda cara menjual/pemasaran melalui <i>online</i>	0	15	0,00	100,00	15	0	100	0

Berdasarkan data yang diperoleh, bahwa, KWT Mawar sudah mengetahui produk gula semut dan bahan baku yang digunakan dalam produksi gula semut dengan persentase 86,67%. Ibu-ibu dari KWT Mawar juga telah mengetahui proses produksi gula semut dengan persentase 73,33%. Tabel di atas menunjukkan bahwa KWT Mawar sudah mengetahui penggunaan kemasan produk gula semut, namun masih terbatas pada kemasan sederhana yang tidak mencantumkan informasi label pada kemasan. Hal ini menjadi kekurangan dikarenakan kemasan produk yang sebelumnya digunakan kurang memiliki daya tarik dan nilai jual.

Berdasarkan nilai *pre test* mengenai kepaahaman terhadap informasi label kemasan, menunjukkan bahwa ibu-ibu KWT Mawar yang memahami informasi label pada kemasan hanya sebesar 40%. Data ini menunjukkan bahwa kegiatan diseminasi mengenai pengembangan desain kemasan sangat penting dilakukan. Selain itu, berdasarkan data *pre test*, menunjukkan bahwa ibu-ibu KWT Mawar sudah pernah melakukan pembelian *online*, namun belum pernah melakukan penjualan menggunakan cara *online* sehingga pemasaran menggunakan *e-commerce* juga penting dilakukan. Berdasarkan hasil evaluasi *post test* yang diperoleh, dapat dilihat kepaahaman ibu-ibu KWT Mawar sesudah memperoleh pendampingan mengenai pengembangan desain kemasan dan strategi pemasaran *e-commerce* telah mencapai 100%.

Kegiatan Pengabdian Diseminasi Hasil Riset Tahun 2022 ini diharapkan dapat meningkatkan keilmuan dan keterampilan bagi ibu-ibu KWT Mawar dalam menggunakan berbagai desain kemasan, mencantumkan informasi-informasi penting pada label kemasan, dan memasarkan produk menggunakan *e-commerce* seperti instagram dan shopee. Kegiatan ini diharapkan akan meningkatkan nilai jual produk dan mengembangkan pemasaran sehingga produk dapat dengan mudah dipasarkan ke seluruh wilayah di Indonesia. Pengabdian ini lebih lanjut diharapkan bermanfaat bagi peningkatan penghasilan KWT Mawar melalui penerapan keilmuan dan teknologi sebagai diseminasi hasil riset. Berikut dokumentasi pelaksanaan kegiatan pengabdian bersama KWT Mawar (Gambar 9).



Gambar 9. Peserta dan pemateri kegiatan Pengabdian Diseminasi Hasil Riset 2022

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian diseminasi hasil riset ini telah meningkatkan ilmu dan keterampilan KWT Mawar dalam hal pengembangan desain kemasan produk *brown sugar* sawit yaitu kemasan *standing pouch window* dan botol plastik, pengembangan label kemasan berbentuk sticker yang memuat informasi mengenai nama produk, logo, komposisi, berat bersih produk, tanggal produksi dan kadaluarsa, produsen, dan sponsor, serta pengembangan strategi pemasaran *e-commerce* dilakukan melalui akun instagram dan shopee KWT Mawar Lampung Tengah.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih kami tujukan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lampung yang telah memberikan pendanaan untuk kegiatan pengabdian ini.

Daftar Pustaka

- Kurniawan, H., Ansar, Yuniarto, K., Khalil, F.I. 2018. Introduksi Teknologi Pengemasan Gula Aren di Desa Kekait Kabupaten Lombok Barat. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 1 (1), 118-123.
- M. Suyanto. 2003. Strategi Periklanan pada e-Commerce Perusahaan Top Dunia, Andi, Yogyakarta.
- Widyasari, R., Yeni S., dan Hary K. 2019. Peningkatan Kualitas Produk dan Kemasan Gula Cetak dan Gula Semut. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 2 (1), 77-85.
- Zuliana, C.. 2016. Pembuatan Gula Semut Kelapa (Kajian pH Gula Kelapa dan Konsentrasi Natrium Bikarbonat). *Jurnal Pangan dan Agroindustri. Jurusan Teknologi Hasil Pertanian*. FTP Universitas Brawijaya. Malang. Vol : 4 (1): 109- 119.