

INOVASI KEMASAN DAN PENGGUNAAN PRODUK GULA AREN UNTUK
MENINGKATKAN OMSET PASAR UMKM DI DESA KEKAIT KECAMATAN
GUNUNGSARI KABUPATEN LOMBOK BARAT

*Packaging Innovation And The Use Of Palm Sugar Products To Increase Msme
Market Turnover In Kekait Village, Gunungsari Sub-District, Lombok Barat
District*

Istiharatul Mubayyinah, Tasya Nurul Aulia, Mazlin, Salma Putri Effendi,
Nadia Rahmani, I Ketut Eka Putra, Saosan Alamuna Hayaza, Dimas Ezra
Andrew Tharamatha, Maistarah Putri Nurdianisa, Tasya Septiana Melanie

Universitas Mataram
Jl. Majapahit No. 62, Nusa Tenggara Barat

Informasi artikel	
Korespondensi	: tasya220601@gmail.com
Tanggal Publikasi	: 20 Februari 2023
DOI	: https://doi.org/10.29303/wicara.v1i1.2398

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Terpadu desapreuner merupakan sebuah kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang melibatkan mahasiswa sebagai peserta dan dosen sebagai pembimbing yang berfokus pada tema desapreuner. Kegiatan KKN di Desa Kekait kecamatan Gunungsari kabupaten Lombok barat selama 45 hari memfokuskan pada inovasi produk dan pemasaran produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Permasalahan yang ditemui di desa Kekait adalah pemasaran yang masih terbatas di sekitar desa saja, kemasan yang hanya menggunakan ukuran besar seperti ratusan gram dan kiloan, dan kurangnya kesadaran untuk membuat merek suatu produk. Berangkat dari permasalahan tersebut, dipandang penting untuk memberi pendampingan tentang inovasi kemasan dan kegunaan produk gula Aren kepada salah satu pelaku UMKM yang berpotensi untuk memperluas pemasaran. Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan omset penjualan UMKM dengan memperluas pasar gula Aren di desa Kekait kecamatan Gunungsari kabupaten Lombok barat. Metode yang digunakan adalah wawancara dalam pengumpulan data dan menggunakan metode pendampingan dalam pelaksanaannya. Manfaat penelitian adalah meningkatkan inovasi dan daya saing produk gula Aren desa Kekait kecamatan Gunungsari kabupaten Lombok barat. Saran dari peneliti kepada masyarakat Desa Kekait adalah diharapkan setiap pelaku UMKM untuk meningkatkan kepercayaan dirinya pada produk-produk mereka.

Kata kunci : UMKM, Gula Aren, Omset, KKN, Inovasi, Pemasaran, Inovasi Produk

ABSTRACT

Desapreneur Integrated Real Work Lecture (KKN) is a community service activity involving students as participants and lecturers as mentors focusing on the desapreneur theme. KKN activities in Kekait Village, Gunungsari sub-district, West Lombok district for 45 days focused on product innovation and marketing of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) products. The problems encountered in Kekait village are marketing which is still limited to around the village, packaging that only

uses large sizes such as hundreds of grams and kilos, and a lack of awareness to brand a product. Departing from these problems, it is deemed important to provide assistance regarding packaging innovation and the use of palm sugar products to one of the MSME actors who has the potential to expand marketing. The purpose of this research is to increase MSME sales turnover by expanding the palm sugar market in Kekait village, Gunungsari sub-district, West Lombok district. The method used is interviews in data collection and using mentoring methods in its implementation. The benefit of the research is to increase innovation and competitiveness of palm sugar products in Kekait village, Gunungsari sub-district, West Lombok district. Suggestions from researchers to the Kekait Village community are that it is hoped that every MSME actor will increase his confidence in their products.

Keywords: MSME, Palm Sugar, Turnover, KKN, Innovation, Marketing, Product Innovation

PENDAHULUAN

KKN merupakan mata kuliah wajib tempuh di Universitas Mataram yang memiliki tujuan yaitu melalui keterlibatannya dalam masyarakat, mahasiswa diharapkan mampu menemukan, mengidentifikasi, merumuskan serta memecahkan permasalahan secara inter-disipliner, komprehensif, dan lintas sektoral. Selanjutnya diharapkan dapat menunjang pengembangan kompetensinya memacu pembangunan dengan pemberdayaan masyarakat dan mendekatkan perguruan tinggi dengan masyarakat.

Dalam pelaksanaan KKN, mahasiswa sebagai pelaksana diharapkan mampu mengembangkan ilmu yang telah diterima dan dapat membantu masyarakat memecahkan berbagai permasalahan yang terjadi di dalam masyarakat. Selain itu, sebagai bentuk aplikasi pengetahuan yang dimiliki, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan kompetensinya yang nantinya diharapkan dapat menjadikan mahasiswa siap menghadapi tantangan yang akan mereka hadapi di lingkungan masyarakat.

KKN terpadu universitas Mataram di desa Kekait kecamatan Gunungsari kabupaten Lombok barat adalah salah satu yang mengangkat tema desapreuner. Dari hasil survei mahasiswa KKN terpadu yang ditempatkan disana, ada berbagai masalah yang dihadapi oleh para pelaku UMKM.

Desa Kekait merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat Nusa Tenggara Barat. Desa kekait terdiri dari 8 dusun yaitu Dusun Kekait Daye, Kekait Thaibah, Kekait Nyangget, Kekait 1, Kekait 2, Kekait Puncang, Wadon, dan Batu Butir. Desa Kekait banyak ditumbuhi oleh tanaman aren. Tanaman ini sudah sejak lama dikembangkan oleh masyarakat setempat.

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan, Desa kekait memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, yaitu berpotensi sebagai daerah penghasil nira. Selain itu, Desa Kekait juga memiliki potensi sumber daya alam yakni pohon pisang, tanaman talas, pohon Nangka, melinjo, duren dan banyak tanaman lainnya. Tanaman hasil nira banyak dimanfaatkan dalam membuat produk berupa gula aren dan minuman tuaq. Adapun Pohon pisang dimanfaatkan buahnya oleh masyarakat untuk diolah menjadi produk pisang sale dan dodol pisang. Melinjo dimanfaatkan dalam membuat keripik melinjo dan buah Nangka dimanfaatkan dalam membuat dodol Nangka.

Namun di sisi lain, terdapat beberapa permasalahan yang ditemukan UMKM yang ada di desa kekait. Pertama mengenai gula aren yang merupakan hasil dari olahan yang berasal dari pohon aren yang memiliki harga jual yang rendah khususnya di Desa Kekait. Kebanyakan masyarakat tidak mengetahui manfaat dari gula aren yang menyebabkan mereka tidak tertarik untuk mengkonsumsi gula aren

kecuali hanya ketika dibutuhkan sebagai bahan penambah makanan. Hal ini mengakibatkan produksi gula aren akan dilakukan ketika adanya pemesanan dengan jangkauan pemasaran hanya di Desa Kekait saja dan mengikutsertakan produk ini ketika ada kegiatan seminar kewirausahaan.

Selain itu, tampilan kemasan yang kurang menarik juga mempengaruhi minat pembelian gula aren di Desa Kekait dengan sistem penjualan secara kiloan sedangkan masyarakat tidak terlalu menjadikannya sebagai bahan pokok konsumsi, kemudian gula aren memiliki waktu kadaluarsa yang jauh lebih cepat jika tidak melewati proses pengovenan sedangkan masyarakat belum memiliki alat untuk mengopen kecuali dengan langsung menjual hasil olahan para petani kepada pemilik open. Kemudian dalam produk olahan gula aren hanya di produksi sebagai gula baik dalam bentuk padat ataupun bubuk.

Harus diketahui bahwa perkembangan dunia usaha pada saat ini masih di dominasi dengan Usaha Kecil Menengah (UKM). Di era globalisasi seperti saat ini, persaingan dunia usaha semakin ketat. Salah satu pemicu ketatnya persaingan saat ini yaitu dengan berkembangnya teknologi dan banyak bermunculan usaha kecil menengah. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional.

Oleh karena itu, kami membuat solusi dari permasalahan yang telah dipaparkan yaitu dengan membuat kemasan baru dari produk gula aren yakni gula aren sachet, mengembangkan produk gula aren dan buah pisang menjadi kripik pisang gula aren, serta menjangkau lingkup pemasaran lebih luas lagi dengan memanfaatkan media online dan lingkungan potensial. Dalam pengemasan, gula aren yang sebelumnya dikemas dengan cara jumlah kiloan akan dikemas menjadi ukuran sachet untuk penggunaan gula satu kali pakai, selain itu penggunaan pengemasan yang lebih aman dari udara dengan dua kemasan. Kemasan pertama dikemas menggunakan kemasan secara umum dan kemasan kedua menggunakan kotak.

Kemasan yang baik dan menarik akan membawa citra pada suatu produk, sehingga terlihat lebih berkualitas dan berbeda dari produk yang lain. Daya tarik visual dari kemasan mencakup warna, merek, ilustrasi, teks, serta tata letak atau layout. Bagian-bagian yang berpengaruh itu, dikombinasikan agar tercipta suatu desain yang menarik (Soesato, dkk, 2019).

Sedangkan untuk pengembangan produk gula aren dan buah pisang, inovasi produk yang dibuat adalah dengan membuat produk kripik pisang topping gula aren. Pembuatan kripik pisang dengan topping gula aren untuk meningkatkan penggunaan gula aren tidak hanya sebagai gula dan memanfaatkan pengolahan buah pisang. Untuk meningkatkan daya tarik masyarakat membeli produk gula aren adanya inovasi pengemasan agar terlihat menarik dengan mengemas dengan ukuran sachet dengan ukuran mili dalam satu kali penggunaan gula aren di dalam makanan ataupun minuman.

METODE KEGIATAN

Kegiatan yang dilakukan dalam program KKN Terpadu desapreuner ini adalah membantu masyarakat Desa Kekait dalam pemasaran produk UMKM yang ada. Dalam hal ini pertama-tama yang kami lakukan adalah melakukan wawancara ke berbagai UMKM yang ada di desa mengenai permasalahan yang mereka hadapi ketika menjalankan usahanya. Wawancara yang kami lakukan mendapatkan data bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM-UMKM di desa kekait adalah pada proses pemasarannya, pengemasan, kurang pemanfaatan buah pisang dan pengolahan gula aren sebagai konsumsi gula saja.

Menurut hasil observasi yang telah dilakukan, peneliti berfokus untuk

membantu UMKM gula semut milik pak Burhanuddin dari dusun Kekait Daye. UMKM ini mempunyai peluang untuk berkembang lebih jauh lagi karena memiliki surat ijin yang lengkap seperti PIRT dan SNI namun ada kendala pada pemasaran dan kemasannya. Selanjutnya dilihat dari proses pembuatan gula semut dari pengambilan nira oleh petani sampai pengemasan gula semut oleh pak Burhanuddin.

Ketika melihat kemasan-kemasan yang dibuat oleh pak Burhanuddin adalah kemasan gula semut dengan berat 200g, 250g, 500g dan 1kg kami memberikan masukan mengenai kemasan baru yang menurut kami lebih memiliki peluang untuk di pasarkan lebih jauh dan lebih luas lagi, yaitu kemasan dalam bentuk sachet yang mini (slim). Untuk meningkatkan daya tarik masyarakat membeli produk gula aren adanya inovasi pengemasan agar terlihat menarik dengan mengemas dengan ukuran mini (slim) dengan ukuran mili dalam satu kali penggunaan gula aren di dalam makanan ataupun minuman. Jadi kelompok kami bereksperimen dengan membuat produk kami sendiri mulai dari desain kemasan hingga pengemasan kotak.

Kelompok kami juga membuat sebuah inovasi produk baru yang berbahan dasar gula aren yaitu KRI-PREN (Kripik Pisang Gula Aren) dikarenakan selain pohon aren, pohon pisang juga salah satu tanaman yang banyak tumbuh di desa Kekait. Pengembangan produk gula aren dan buah pisang dengan membuat produk kripik pisang toping gula aren. Pembuatan kripik pisang dengan toping gula aren untuk meningkatkan penggunaan gula aren tidak hanya sebagai gula dan memanfaatkan pengolahan buah pisang.

Pemasaran produk akan menggunakan cara-cara potensial seperti memanfaatkan kondisi lingkungan sekitar dan memanfaatkan media online. Untuk cara potensial dalam lingkungan sekitar, produk ini akan dipasarkan di area car free day di wilayah udayana untuk mencoba respon pasar masyarakat sekitar. Kemudian dalam pemanfaatan media online dalam pemasaran akan mempromosikan produk dengan membuat pamflet, leaflet dan website.

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah metode wawancara, peneliti mewawancarai para pelaku UMKM mengenai permasalahan yang mereka hadapi ketika melakukan usahanya. Peneliti menggunakan metode pendampingan dengan cara membantu pelaku UMKM mulai dari desain, pengemasan dan juga pemasaran di hotel Montana Senggigi dan NTB Mall.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa kekait, kecamatan Gunungsari kabupaten Lombok barat adalah salah satu lokasi yang selalu mendapatkan mahasiswa KKN dari Unram setiap tahunnya. Tema yang dijalankan oleh KKN Terpadu Desa Kekait tahun 2022-2023 adalah Desapreneur, maka mahasiswa KKN Terpadu berupaya untuk melakukan peningkatan strategi pemasaran dan menginovasi masyarakat dalam mengelola gula aren dengan kemasan yang lebih menarik serta menjadi produk yang lebih baru. Adapun bentuk inovasi kemasan dan produk gula aren yang telah dilakukan adalah dengan membuat kemasan yang lebih menarik yaitu berupa gula aren Sachet yang dibungkus dengan menggunakan kotak serta membuat produk baru bernama Kri-Pren (Keripik pisang gula aren) dan kemudian dipasarkan melalui media online (Website) dan wilayah-wilayah potensial seperti acara Car Free Day di udayana.

Inovasi merupakan suatu proses yang berusaha memberikan solusi terhadap permasalahan yang ada. Permasalahan yang sering terjadi di dalam bisnis adalah produk yang bagus tetapi mahal atau produk yang murah tetapi tidak berkualitas. Inovasi produk menurut Moreau et.al dalam Sutrasnawati (2008) dapat berasal dari perbaikan maupun perubahan terhadap produk yang telah ada sebelumnya atau bisa juga melalui produk yang benar-benar baru dan lain dari sebelumnya. Artinya perusahaan yang mampu mendesain produknya sesuai keinginan pelanggan akan

mampu bertahan ditengah persaingan karena produknya yang tetap diminati oleh konsumen. Indikator inovasi produk menurut (Supranoto,2009) ialah: Inovasi Teknis, Perubahan Desain, Kreatifitas.

Inovasi adalah hal yang penting untuk diperhatikan dalam berwirausaha karena inovasi akan daya pikat dan daya guna dari suatu produk. Gula aren sachet merupakan salah satu contoh inovasi produk gula aren dalam bentuk kemasan yang menarik yang melakukan inovasi perubahan desain dan kreativitas. Kemasan yang memiliki desain yang bagus dan menarik dapat mempengaruhi konsumen. Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen (Widiati, 2019).

Setelah kelompok KKN mewawancarai pak Burhan, salah satu penjual gula aren semut di desa Kekait, kemasan gula aren semut yang biasanya dibuat hanya dalam bentuk ratusan gram seperti 100g, 200g, 500g dan 1000g. Dari sini kami juga melakukan inovasi perubahan berat isi dan perbaikan kemasan. Kami membuat inovasi gula aren sachet dari berat perkemasan ratusan gram menjadi 5g per sachet. Dengan kemasan sachet yang kecil, pelanggan dapat menggunakan gula aren sekali pakai ketika menikmati kopi, teh, es boba atau bisa juga menjadikan gula aren sebagai topping tambahan makanan seperti pada kue.

Dengan adanya inovasi tersebut omset penjualan gula aren dapat dikatakan meningkat. Swastsha Basu Dan Irawan (2003 :118) berpendapat bahwa omset penjualan adalah suatu studi yang mendalam mengenai masalah jumlah pendapatan dan laporan laba rugi suatu perusahaan. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Volume Penjualan terbagi dua faktor antara lain faktor-faktor yang mempengaruhi omzet penjualan tersebut meliputi faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal antara lain a. Kondisi dan kemampuan penjual (seperti jenis dan karakteristik barang yang ditawarkan, Hargapokok dan Syarat penjualan); b. Modal; c. Kondisi organisasi perusahaan; dan d. Promosi. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari kondisi pasardan faktor lain.

Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa faktor internal jenis dan karakteristik barang dan promosi mempengaruhi omset penjualan gula aren. Awalnya gula aren hanya dijual dalam bentuk ratusan gram dan kiloan membuat penjual gula aren hanya akan membuat ketika ada pesanan, dan setelah dilakukan perubahan pada desain kemasan dan juga ukuran berat, gula aren dalam bentuk sachet dapat memenuhi syarat untuk masuk ke hotel Montana Senggigi dan juga NTB mall. Kemudian yang Awalnya promosi penjualan hanya dari mulut ke mulut yang membuat jangkauan pasar hanya disekitar desa Kekait saja, dan setelah dilakukan promosi online dan offline seperti membuat web, leaflet, pamflet dan juga menyebarkan browsur di Udayana promosi gula aren menjadi lebih menyebar disekitar kota Mataram.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kegiatan KKN Terpadu Desapreuner di Desa Kekait memberikan dampak positif sehingga terdapat interaksi aktif berupa simbiosis mutualisme antara pihak akademisi dalam hal ini mahasiswa serta masyarakat setempat. Sehingga dapat memberikan informasi dan gambaran umum kepada mahasiswa dalam mengetahui kehidupan nyata di masyarakat. Adapun kepada pihak masyarakat merasa terbantu oleh masukan-masukan dari pihak akademisi.

Inovasi produk dan pemasaran sangat penting untuk meningkatkan penjualan suatu barang, merek dan branding juga dapat meningkatkan peluang barang memasuki pasar modern. Inovasi memperkecil ukuran berat suatu produk adalah untuk penggunaan yang lebih praktis dan efisien sehingga pelanggan lebih tertarik pada suatu produk.

Saran

Saran yang dapat kami berikan kepada masyarakat Desa Kekait adalah memanfaatkan internet sebagai media untuk memperluas promosi produk dan juga sangat diharapkan bahwa setiap pelaku UMKM dapat meningkatkan kepercayaan dirinya akan produknya sendiri karena produk-produk pelaku UMKM desa kekait sudah memiliki rasa yang enak namun kurang pada kemasan dan pembuatan mereknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianty Masayu Endang. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Jurnal Sosio e- Kons: Vol.10 no.1*
- Basu Swastha dan Irawan. (2003). "Manajemen Pemasaran Modern". (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset
- Cyasmoro, Verry Cyasmoro., & Ricky T. (2021).
- Darma Ayu Dinda., Abdussamad Z. K., & Rahman E. (2022). Pengaruh Strategi Inovasi Produk dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. JAMBURA. Vol.5 no.1.*
- Ekasari Novita., Hasanah N., Siregar A. P., Sari N., & Nifita A. T. (2019). Implementasi Digital Marketing dan Inovasi Kemasan Kue Begen Produk Kuliner Khas Jambi. *Jurnal Inovasi, Teknologi, dan Dharma Bagi Masyarakat (JTTDM). Vol. 1 no.1.*
- Hapsoro Bayu Bagas, Palupiningdyah, & Slamet A. (2019). Peran Digital Marketing Sebagai Upaya Peningkatan Omset penjualan Bagi Klaster UMKM di Kota Semarang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. ABDIMAS: 23(2).*
- Inovasi Pemasaran dan Inovasi Kemasan Produk Meningkatkan Kinerja Pemasaran UMKM Makanan dan Minuman di Pasar Lama Kota Tangerang. *Jurnal Pendidikan Tambusai. Vol. 5. No. 3. ISSN: 2614-3097.*
- Kurniawati, Emya., Wyati S., & Sri Y. W. (2018). Strategi Peningkatan Omset Penjualan Bagi Pedagang Pasar Bulu Setelah Berinovasi. *Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.*
- Nizam, Mohammad Fatih., Eva M., & Vita F. (2020). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Inovasi Produk Dan Keunggulan Bersaing Terhadap Pemasaran UMKM. *Jurnal EMA - Ekonomi Manajemen Akuntansi-. Vol 5. No. 2.*