
PELATIHAN PACKAGING DAN BRANDING DALAM RANGKA PENINGKATAN NILAI JUAL SAYUR ORGANIK DI KEBUN SAYUR ORGANIK HIJAU DAUN DI DESA KARANGREJO KOTA METRO

Diterima: 07 Juni 2022

Direview: 16 Juni 2022

Disetujui: 18 Juli 2022

***Durotun Nasikah¹, Nani Septiana², Selamat Fuadi³**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Metro^{1,2,3}

*E-mail: durotunnasika82@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan teknologi sektor industri pertanian, produsen (petani) dituntut untuk lebih berinovasi untuk menghasilkan produk yang lebih menarik konsumen atau pembeli untuk meningkatkan daya beli. Petani diharapkan tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya dengan strategi yang tepat, seperti *packaging* dan *branding*. *Packaging* dan *branding* dinilai dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Berdasarkan survei awal yang ditemui di lapangan masih banyak sayuran yang dikemas tidak menarik sehingga tidak ada pembeda antara sayur organik dengan sayur yang sudah beredar dipasaran. Seperti yang terjadi di Kebun Sayur Organik Hijau Daun Kelurahan Karangrejo Metro Utara dalam memasarkan hasil kebunnya berupa sayur organik tidak dikemas dengan menarik, serta belum memiliki *branding*. Sehingga mengakibatkan tingkat penjualan masih rendah. Sehingga terciptalah ide untuk melakukan pelatihan *branding and packing* kepada para petani di Kebun Sayur Organik Hijau Daun di Desa Karangrejo Kota Metro.

Solusi yang ditawarkan kepada mitra adalah memberikan pelatihan dan praktek secara langsung cara *packaging* yang baik sehingga dapat menarik konsumen secara luas. Memberikan pengetahuan mengenai penting *branding* untuk sayuran organik sehingga dapat membedakan antara sayuran organik dengan non-organik. Metode yang digunakan adalah presentasi dan diskusi pelatihan dan pengaplikasian *packaging* yang baik untuk produk sayur organik. Kemudian akan ada materi mengenai Strategi Pemasaran. Luaran kegiatan pengabdian berupa publikasi ilmiah pada jurnal Sang Surya LPPM UM Metro, publikasi media massa, produk.

Kata Kunci: *Packaging, Branding dan Sayuran Organik*

ABSTRACT

Technological developments in the agricultural industry sector, producers (farmers) are required to innovate more to produce products that are more attractive to consumers or buyers to increase purchasing power. Farmers are expected not only to produce quality products but also to have the ability to market their products with the right strategies, such as packaging and branding. Packaging and branding are considered to be able to reach a wider range of consumers. Based on the initial survey found in the field, there are still many vegetables that are packaged unattractively so that there is no difference between organic vegetables and vegetables already circulating in the market. As happened in the Green Leaf Organic Vegetable Garden, Karangrejo Metro Utara Village, in marketing their garden products in the form of organic vegetables, they are not packaged properly, and do not have branding. As a result, the level of sales is still low. So that the idea was created to conduct branding and packing training for farmers at the Green Leaf Organic Vegetable Garden in Karangrejo Village, Metro City.

The solution offered to partners is to provide direct training and practice on good packaging methods so that they can attract consumers widely. Provide knowledge about the importance of branding for organic vegetables so that they can distinguish between organic and non-organic vegetables. The method used is presentation and discussion of training and application of good packaging for organic vegetable products. Then there will be material on Marketing Strategy. Outcomes of service activities in the form of scientific publications in the journal Sang Surya LPPM UM Metro, mass media publications, products

Key Word: *Packaging, Branding and Organic Vegetables*

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman teknologi yang pesat saat ini berpengaruh pula terhadap berbagai macam bidang. Seperti pada bidang pertanian yang menghasilkan sayuran organik. Sayuran organik merupakan sayuran yang dihasilkan dari pengolahan tanpa menggunakan bahan kimia apapun. Mengingat pengetahuan gizi masyarakat dan kesadaran untuk melakukan pola hidup dan aman dari bahan kimia meningkat sehingga kebutuhan akan sayuran organik di masyarakat meningkat tinggi. Usaha di sektor pertanian sangat menjanjikan, karena sangat tingginya kebutuhan masyarakat untuk mengkonsumsi makanan-makanan yang bergizi tanpa bahan kimia, seperti sayuran organik.

Perkembangan teknologi sektor industri pertanian, produsen (petani) dituntut untuk lebih berinovasi untuk menghasilkan produk yang lebih menarik konsumen atau pembeli untuk meningkatkan daya beli. Petani diharapkan tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk memasarkan produknya dengan strategi yang tepat, seperti *packaging* dan *branding*. *Packaging* dan *branding* dinilai dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

Packaging sangatlah penting dalam strategi pemasaran produk, karena jika suatu produk dikemas dengan bagus maka konsumen dapat tertarik untuk membeli produk tersebut. Selain menjadikan daya tarik dengan *packaging* juga dapat berguna sebagai tempat pelindung, mempermudah proses penyimpanan dan memperbesar nilai jual di pasaran. Sehingga tingkat penjualan hasil pertanian meningkat. Menurut Riyanto & Kartini (2021) *packaging* merupakan salah satu bidang dalam desain komunikasi visual yang memiliki banyak tuntutan khusus karena fungsinya berhubungan langsung dengan konsumen, antara lain teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran, tuntutan yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual. *Packaging* atau dikenal sebagai pengemasan yaitu suatu proses yang berkaitan penentuan desain dan produksi dengan tujuan utama untuk mempertahankan kualitas produk (Kotler dan Armstrong, 2012; Swastha dan Irawan, 2005).

Branding merupakan suatu usaha untuk meningkatkan nilai suatu produk. Dengan adanya *branding* produsen (petani) dapat memberikan informasi bahwa produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang bagus serta meyakinkan konsumen mengenai keunggulan produk.

Branding juga dapat membedakan suatu produk dengan produk yang lain. *Branding* sendiri merupakan hal yang harus diperhatikan karena brand merupakan identitas suatu usaha yang dapat membedakan dari usaha yang lainnya serta image atau citra usaha yang akan dikenal masyarakat (Wirawan dkk, 2019). *Branding* pada produk pertanian sangat diperlukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik para calon konsumen untuk membeli produk pertanian.

Pengabdian kepada masyarakat ini merupakan salah satu upaya untuk memberikan pengetahuan mengenai pentingnya *packaging* dan *branding* sayuran organik sehingga dapat mencapai pemasaran yang lebih luas. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk sayuran organik. Supaya produk yang dihasilkan memiliki keunggulan yang menarik di mata konsumen dibanding dengan produk sayuran non-organik.

Berdasarkan survei awal yang ditemui di lapangan masih banyak sayuran yang dikemas tidak menarik sehingga tidak ada pembeda antara sayur organik dengan sayur yang sudah beredar dipasaran. Seperti yang terjadi di Kebun Sayur Organik Hijau Daun Kelurahan Karangrejo Metro Utara dalam memasarkan hasil kebunnya berupa sayur organik tidak dikemas dengan menarik, serta belum memiliki *branding*. Sehingga mengakibatkan tingkat penjualan masih rendah. Sehingga terciptalah ide untuk melakukan pelatihan *branding and packing* kepada para petani di Kebun Sayur Organik Hijau Daun di Desa Karangrejo Kota Metro. Agar tercipta produk dengan kemasan yang menarik dan dapat meningkatkan penjualan. Dari uraian diatas maka tim pengabdian mengambil judul: **“Pelatihan *Packaging* dan *Branding* Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Sayur Organik di Kebun Sayur Organik Hijau Daun di Desa Karangrejo Kota Metro”**.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan oleh Tim Pengabdian yang terdiri dari Tiga Orang Dosen yang berkolaborasi dengan Mahasiswa. Dan Kelompok Tani Hijau Daun di Kelurahan Karangrejo 23 Metro Utara Kota Metro merupakan Mitra dalam kegiatan ini. Kegiatan yang akan dilakukan meliputi:

1. Tahap Persiapan dan Perizinan

Tim pengabdian dan mahasiswa untuk melakukan perizinan dan koordinasi dengan Pamong Desa serta Kelompok Tani Hijau Daun mengenai kegiatan yang akan dilakukan. Meminta kesediaan mitra ikut serta dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini.

2. Tahap Kegiatan

Kegiatan ini akan dilakukan dengan cara penyampaian materi tentang *Packeging* dan *Branding* oleh Pemateri yang sudah di tunjuk oleh Tim Pengabdian. Dilanjutkan dengan pelatihan dan pengaplikasian *packeging* yang baik untuk produk sayur organik. Kemudian akan ada materi mengenai Strategi Pemasaran.

3. Tahap Monitoring Dan Evaluasi

Pada tahapan ini dilakukan kegiatan pembuatan laporan hasil kegiatan dan pendampingan hingga produk sayur organik bias benar-benar mempunyai cirri khas sebagai upaya meningkatkan nilai jual.

HASIL PEMBAHASAN DAN DAMPAK

Kegiatan pelatihan ini dilaksanakan pada hari Minggu, 30 Januari 2022 berlokasi di Kelurahan Karangrejo, Metro Utara Kota Metro yang dihadiri oleh 12 peserta. Peserta pelatihan merupakan anggota dari Kelompok Tani Hijau Daun yang menghasilkan sayuran organik disekitaran Karangrejo.

Sebelum kegiatan pelatihan dilaksanakan terlebih dahulu kami melakukan persiapan terkait registrasi peserta untuk memastikan jumlah peserta yang hadir, kemudian acara pembukaan dibuka oleh Tim Pengabdian, dan dilanjutkan dengan penyampaian materi oleh narasumber dari Dinas Pertanian (Gambar 1).



Gambar 1. Tahap Persiapan dan Pembukaan Pelatihan



Gambar 2. Pembukaan Acara Pelatihan



Gambar 3. Penyampaian Materi 1 “Paska panen dan cara *Packaging* Sayuran”

Materi pertama disampaikan oleh salah satu dari tim Dinas Pertanian, Ibu Fitria Agustina, S.P. dan Ibu Eka Setyaningsih, S.P. Dalam materi beliau memberikan penjelasan mengenai langkah-langkah yang harus dilakukan setelah panen dan upaya yang perlu dilakukan untuk mencegah pangan dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, dan benda lain yang dapat mengganggu,

merugikan dan membahayakan kesehatan manusia serta tidak bertentangan dengan agama, keyakinan dan budaya sehingga aman untuk dikonsumsi. Serta menjelaskan bagaimana cara pengemasan (*packaging*) yang tepat untuk sayuran dan bahan apa yang digunakan sebagai media/bahan pengemasan yang dapat melindungi produk dari gangguan faktor luar serta meningkatkan daya simpan. Selain itu pemateri 1 juga menjelaskan bagaimana penggunaan syarat label yang tepat, tidak mudah lepas, tidak mudah luntur, serta mudah dilihat dan dibaca yang mana akan menambah ketertarikan konsumen terhadap sayuran organik. Dalam penyampaian materi ini disertai dengan praktek langsung yang dibantu oleh tim pengabdian terkait pengemasan (*packaging*) sayuran yang tepat.



Gambar 4. Penyampaian Materi 2 “Branding”

Materi kedua disampaikan oleh Bapak Nur Setiawan. Dalam materinya beliau memberikan penjelasan mengenai pentingnya *branding* sehingga dapat meningkatkan nilai jual suatu produk serta menjelaskan mengenai peran merek bagi konsumen. Selain itu beliau juga menyampaikan bagaimana kiat-kiat dalam melakukan *branding* sehingga bisa bersaing dengan produk yang lain dan cara memperluas jangkauan pemasaran. Dalam penyampaian materinya beliau juga menjelaskan mengenai komponen apa saja yang harus ada pada label seperti penggunaan nama merek yang tepat serta yang dapat menarik konsumen, pemilihan warna serta desain merek.

SIMPULAN

Dari kegiatan pelatihan ini dapat kami simpulkan sebagai berikut:

- a) Para anggota kelompok tani semakin paham pentingnya *packaging* dan *branding* sehingga ada pembeda antara sayuran organik dan non-organik.
- b) Para anggota kelompok tani semakin paham bagaimana cara *packaging* sayuran dengan baik dan benar sehingga dapat meningkatkan nilai jual sayuran organik.
- c) Para anggota kelompok tani menyadari pentingnya *branding* sebuah produk sehingga sayuran organik yang dihasilkan lebih menarik konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pelatihan *packaging* dan *branding* dalam rangka peningkatan nilai jual sayur organik di Kebun Sayur Organik Hijau Daun di Kelurahan Karangrejo Kota Metro atas dukungan dana dari OPR Universitas Muhammadiyah Metro dan dukungan serta sarana dan prasarana kegiatan oleh Kelompok Tani Hijau Daun Kelurahan Karangrejo

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. Principles of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Riyanto, K., & Kartini, A. (2021). The Influence of Packaging, Branding and Sales Promotion on the Repurchase Intention Teh Botol Sosro at Has Fried Chicken Cikarang Restaurant. *Journal of Business, Management, & Accounting*, 3(2), 16-23.
- Swastha, B & Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Wirawan, I. C., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2019). Perancangan Branding dan Packaging Ayam Geprek Cipta. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14), 10.