



Artikel ini terdapat di <http://journal.uim.ac.id/index.php/darmabakti>

DARMABAKTI

Jurnal Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat

Introduksi Dan Pendampingan Pengemasan, Labelling Dan Pemasaran Secara Digital (On Line) Pengrajin Krupuk Paru Desa Palengaan Pamekasan

Joko Purdiyanto^{1,*}, Cepryana Sathalica Widyananda¹, Selvia Nurlaila¹

¹ Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura

Alamat e-mail: joko.purdiyanto@unira.ac.id, cepryana.sw@unira.ac.id, selvia@unira.ac.id

Informasi Artikel

Kata Kunci :

pendampingan
teknik pengemasan
labelling
pemasaran digital
krupuk paru

Keyword :

mentoring
packaging techniques
labelling
digital marketing
krupuk paru

Abstrak

Pemanfaatan hasil samping paru diolah menjadi krupuk paru banyak dilakukan oleh para pengrajin krupuk paru di Pamekasan salah satunya di Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. Produk telah dipasarkan dengan kondisi kemasan tanpa label dengan teknik pemasaran konvensional sehingga jangkauan masih relatif sempit. Tim Dosen Prodi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura melaksanakan kegiatan pengabdian untuk menyelesaikan masalah pengrajin adalah : a. Memberikan pelatihan dan demonstrasi teknik pengemasan, labelling, dan pemasaran digital, b. Memberikan pendampingan secara berkesinambungan, dan c. Melakukan monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan para pengrajin mengikuti kegiatan yang dilakukan disertai dengan diskusi yang menarik. Disarankan perlu strategi khusus untuk memasarkan krupuk paru dengan : 1) Membuat jaringan komunikasi dengan komunitas konsumen krupuk paru, restaurant, tempat kuliner untuk dapat memenuhi permintaan pasar. 2) Krupuk paru dapat langsung dimasukkan ke pasar ritel modern dengan membuat display khusus. 3) Penjualan ke komunitas atau koperasi dengan membuat grup atau kelompok khusus.

Abstract

The use of lung by-products processed into "krupuk paru" is mostly done by "krupuk paru" craftsmen in Pamekasan, one of which is in Ras Beras Village, Palengaan District, Pamekasan Regency. The product has been marketed with unlabeled packaging conditions with conventional marketing techniques so that the range is limited. Team of Lecturers of Animal Husbandry Study Program, Faculty of Agriculture, Madura University carries out service activities to solve the problem of craftsmen are : a. Provide training and demonstration of packaging, labelling, and digital marketing techniques, b. Provide mentoring, and c. Monitoring and evaluating. The results of the activity showed that the craftsmen participated in the activities carried out accompanied by interesting discussions. It is recommended that a special strategy is needed to market "krupuk paru" by: 1) Creating a communication network with the "krupuk paru" consumer community, restaurants, culinary places to be able to meet market demand. 2) "Krupuk paru" can be directly incorporated into the modern retail market by making special displays. 3) Sales to communities or cooperatives by creating special groups or groups.

1. Pendahuluan

Pemanfaatan produk samping berupa paru yang diolah menjadi krupuk paru merupakan alternatif pengolahan yang saat ini banyak dilakukan oleh para pengrajin krupuk paru yang tersebar di Pamekasan. Pengolahan krupuk paru diharapkan menjadi salah kegiatan wirausaha yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat dan membangkitkan perkembangan perekonomian di Pamekasan.

Desa Ras Beras merupakan salah satu desa di Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan yang memiliki beberapa pengrajin krupuk paru. Produk berupa krupuk paru telah dipasarkan di beberapa tempat di Pamekasan dengan kondisi kemasan tanpa label, tanpa informasi apapun pada produknya, sehingga konsumen masih bertanya-tanya dari mana produksi krupuk paru tersebut, beratnya berapa, dan hal ini akan dapat menimbulkan interpretasi berbeda-beda antar konsumen. Teknik pemasaran masih konvensional dengan mengandalkan “informasi dari mulut ke mulut” sehingga jangkauan pemasarannya masih relatif sempit dan sebagian konsumen yang telah mengkonsumsi krupuk paru produk pengrajin tersebut apabila ingin melakukan pemesanan biasanya melalui orang yang dikenalnya pada saat mereka menawarkan produk tersebut.

Pengrajin dapat mengolah krupuk paru dengan baik, namun produknya belum dikemas dan diberi label dengan teknologi yang baik. Produk krupuk paru yang diproduksi saat ini belum dipasarkan secara digital (digital marketing atau online), sehingga jangkauan pemasarannya masih belum meluas, tetapi hanya dipasarkan secara konvensional langsung kepada konsumen atau pesanan konsumen.

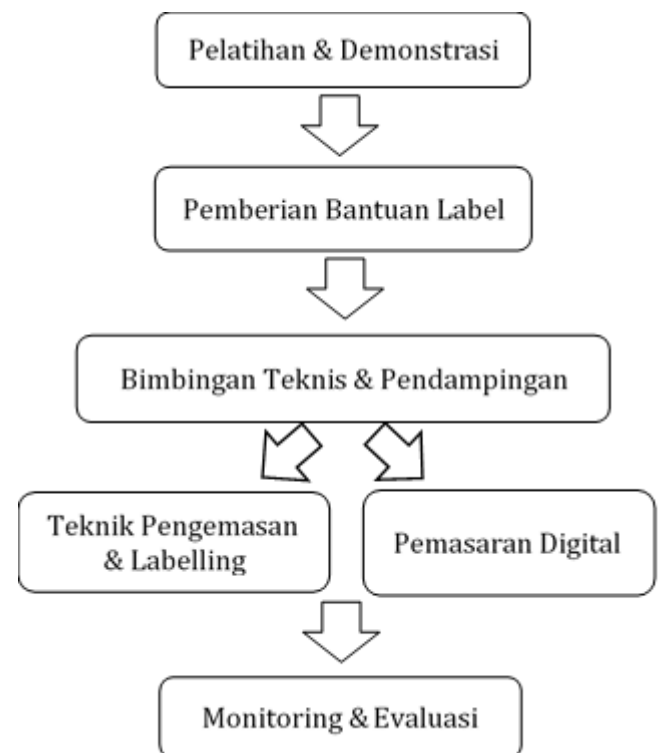
Solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan masalah pengrajin adalah : a. Memberikan pelatihan/percontohan/demonstrasi tentang teknik pengemasan dan labelling produk, b.

Memberikan pelatihan tentang pemasaran digital yang dapat dilakukan untuk memasarkan produk krupuk paru hasil olahan pengrajin, c. Memberikan pendampingan kepada pengrajin secara berkesinambungan, dan d. Melakukan monitoring dan evaluasi.

Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pengrajin tentang pengemasan, labelling dan pemasarannya secara digital (online) untuk meningkatkan pendapatan. Sedangkan manfaat kegiatan ini bagi pengrajin adalah mampu memproduksi krupuk paru yang dikemas dengan benar, diberi label yang menarik, dan memasarkan krupuk paru secara online.

2. Metode Pengabdian

Metode pengabdian yang diterapkan meliputi pelatihan/percontohan/demonstrasi, pemberian bantuan label produk, dan pendampingan teknik pengemasan, labelling dan pemasaran digital krupuk paru, serta monitoring dan evaluasi. Secara ringkas, metode kegiatan dapat dilihat pada bagan sebagai berikut :



Gambar 1. Bagan Metode Kegiatan

Bantuan yang diberikan berupa label produk untuk kegiatan labelling krupuk paru. Pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, diskusi, dan demonstrasi atau peragaan. Pendampingan dilakukan untuk memastikan pengrajin dapat mengemas dan memberi label dengan baik.

Materi pelatihan meliputi :

- a. Teknik Kemasan dan Label Produk
- b. Digital Marketing
- c. Pendampingan Teknik Pengemasan Produk, Labelling dan Pemasaran Digital, Tim akan mendampingi dan memberikan bimbingan teknis secara terarah dan berkelanjutan. Untuk mengoptimalkan proses pendampingan dilakukan pertemuan rutin setiap minggu. Apabila dipandang perlu, frekuensi pertemuan bisa ditingkatkan. Tim berkunjung ke lokasi dan bertemu serta berdiskusi dengan khalayak sasaran.

Dengan demikian, kegiatan introduksi dan pendampingan teknik pengemasan, labelling dan pemasaran digital pengrajin krupuk paru dapat tercermin dari partisipasi aktif pengrajin dalam hal:

- a. Pengrajin berperan aktif dalam melakukan pengolahan krupuk paru.
- b. Selama pelatihan, peserta/pengrajin tidak hanya mendengarkan materi yang disampaikan nara sumber tetapi peserta/pengrajin dapat secara aktif bertanya dan berdiskusi mengenai masalah yang dihadapi oleh pengrajin krupuk paru.
- c. Selama demonstrasi/peragaan, setelah nara sumber memeragakan teknik pengemasan dan pemberian label, peserta/pengrajin juga diminta untuk mengulang peragaan, sehingga peserta tidak hanya melihat tetapi juga mencoba.
- d. Setelah pelatihan dan demonstrasi/peragaan, peserta/pengrajin diminta melakukan seluruh prosedur yang diberikan misalnya : peserta akan diminta untuk melakukan teknik pengemasan secara mandiri.
- e. Selama bimbingan teknis dan pendampingan, peserta/pengrajin dapat menghubungi nara sumber melalui

WA/SMS/telpon atau langsung datang ke Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian Universitas Madura.

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Waktu pelaksanaan pengabdian:

- a. Pelatihan dan Demonstrasi Teknik Pengemasan dan Labelling dilaksanakan Hari Minggu 16 Oktober 2022 Jam 09.00 – 11.00
- b. Pelatihan Pemasaran Digital dilaksanakan Hari Minggu 16 Oktober 2022 Jam 11.00 – 13.00
- c. Pendampingan dan Evaluasi dilaksanakan dari tanggal 17 s.d 31 Oktober 2022.

Tempat pelaksanaan pengabdian di Dusun Glugur 1 Desa Ras Beras Kecamatan Palanga Kabupaten Pamekasan.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

a. Persiapan Kegiatan

Persiapan pelaksanaan pengabdian diawali dengan pendekatan kepada kelompok pengrajin untuk memperoleh kesediaan menjadi khalayak sasaran pengabdian. Ketika pengrajin telah bersedia maka dilakukan persiapan materi pelatihan dan demonstrasi, media kegiatan serta alat bantu lainnya untuk kebutuhan pelatihan. Alat bantu dimaksud berupa LCD, sound system, dsb., bahan dan peralatan pendukung pengabdian berupa kemasan dan label krupuk paru.

b. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pengrajin krupuk paru di Dusun Glugur 1 Desa Ras Beras Kecamatan Palanga Kabupaten Pamekasan. Penentuan pengrajin dilakukan secara purposif berdasarkan pertimbangan bahwa peserta pengrajin memiliki : a) keterampilan dalam mengolah krupuk paru, b) pengetahuan dan keterampilan pengrajin relatif terbatas dalam mengemas, memberikan label (labelling) dan memasarkannya secara konvensional maupun digital.

c. Pelaksanaan Kegiatan

- 1) Pelaksanaan pengabdian dilakukan oleh Tim Pelaksana sebanyak 3 (tiga) orang dosen dan 2 orang mahasiswa.
- 2) Narasumber pelatihan adalah Dosen Program Studi Peternakan Fakultas Pertanian

Universitas Madura yang terdiri dari :

- a) Ir. Joko Purdiyanto, MP. sebagai Nara Sumber Teknik Kemasan dan Label Produk
- b) Cepryana Sathalica Widyananda, SP., MM. sebagai Nara Sumber Pemasaran Digital

d. Evaluasi

Evaluasi dilakukan dalam bentuk pendampingan setelah pelatihan dan demonstrasi dilaksanakan. Hal ini dapat menggambarkan sejauh mana pengetahuan dapat terserap oleh peserta/pengrajin, melihat perubahan pola pikirnya dan kemampuan pengrajin dalam bertindak. Waktu evaluasi adalah minggu kedua dan minggu ketiga setelah pelatihan dan demonstrasi/peragaan dilaksanakan.

Indikator keberhasilan kegiatan dapat dilihat dari peningkatan pengetahuan dan kemampuan pengrajin dalam pengemasan, pemberian label dan pemasaran produknya yaitu krupuk paru. Tolok ukur perubahan dilihat dari terciptanya bentuk pengemasan, desain label yang menarik konsumen dan teknik pemasaran yang dilakukan.

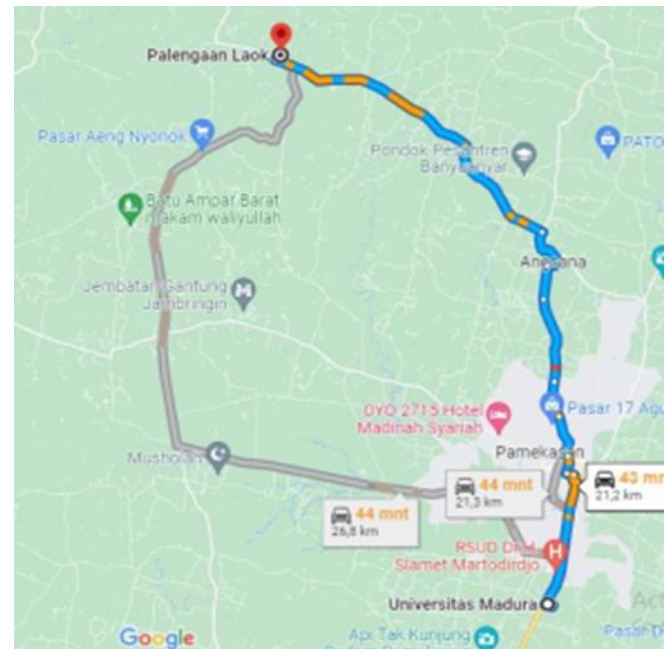
2.3. Pengambilan Sampel

Sampel atau khalayak sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pengrajin krupuk paru di Dusun Glugur 1 Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan. Penentuan pengrajin dilakukan secara purposif berdasarkan pertimbangan bahwa peserta pengrajin memiliki : 1) keterampilan dalam mengolah krupuk paru, 2) pengetahuan dan keterampilan pengrajin relatif terbatas dalam mengemas, memberikan label (labelling) dan memasarkannya secara konvensional maupun digital.

3. Hasil dan Pembahasan

a. Gambaran Tempat Kegiatan

Tempat kegiatan pengabdian ini adalah Dusun Glugur 1 Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan Kabupaten Pamekasan.



Gambar 2. Lokasi Dusun Glugur 1 Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan

b. Pelatihan dan Demonstrasi

Pelatihan dan demonstrasi diikuti sebanyak 11 (sebelas) pengrajin krupuk paru, dengan materi pelatihan :

- 1) Teknik Pengemasan
 - a) Pengertian kemasan
 - b) Bentuk-bentuk kemasan
 - c) Kemasan tradisional dan modern
 - d) Desain dan bahan kemasan
 - e) Fungsi kemasan
 - f) Klasifikasi dan pengelompokan kemasan
- 2) Label dan Merek
 - a) Arti dan fungsi merek
 - b) Fungsi dan tujuan label

Pada peserta sangat antusias mengikuti pelatihan dan demonstrasi ditandai dengan diskusi dan pertanyaan yang diajukan oleh peserta kepada pemateri mengenai masalah-masalah yang dihadapi para pengrajin krupuk paru, dan pada akhir pelatihan diberikan

kesempatan untuk melakukan proses pengemasan dan pemberian label pada produk yang dihasilkan.

Dari pelatihan yang diberikan diharapkan para peserta sebagai pengrajin krupuk paru dapat mengetahui manfaat dan fungsi pengemasan dan pemberian label antara lain :

- 1) Fungsi kemasan sebagai Protektif, berkenaan dengan proteksi produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi yang semua berimbas pada pengemasan. Dengan pengemasan protektif, para konsumen tidak perlu harus menanggung risiko pembelian produk rusak atau cacat.
- 2) Fungsi Promosi, kemasan juga digunakan sebagai sarana promosional. Menyangkut promosi, perusahaan mempertimbangkan preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan.
- 3) Kemasan sebagai alat pelindung produk, alat untuk memudahkan distribusi dan sekaligus sebagai alat promosi, dituntut tampil lebih baik dan dapat memenuhi syarat. Disamping penggunaan bahan kemasan yang tepat dan ramah lingkungan, faktor desain kemasan sangat menentukan nilai jual produk.

Sedangkan dengan pemberian label pada produk diharapkan pengrajin dapat mengetahui manfaat dan fungsi label sebagai berikut:

- 1) Memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan.
- 2) Berfungsi sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik.
- 3) Memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum.
- 4) Sarana periklanan bagi produsen

5) Memberi rasa aman bagi konsumen



Gambar 3. Penyajian Materi Teknik Pengemasan dan Label Produk



Gambar 4. Peserta Pelatihan Teknik Pengemasan dan Label Produk

c. Pemberian Bantuan Label

Tim telah membuat Label dari salah satu pengrajin terbesar di Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan yaitu Pengrajin Krupuk Paru Ibu Su. Maksud pemberian bantuan label adalah agar produk yang dihasilkan dapat dikenal oleh konsumen karena pada label terdapat informasi antara lain : produknya diproduksi oleh siapa, dimana tempatnya, nomor kontak yang dapat dihubungi, informasi tentang bahan-bahan yang digunakan, berat produk dan kapan produk tersebut sebaiknya masih dapat dikonsumsi.

Contoh label tersebut diharapkan dapat dilanjutkan karena dengan pemberian label pada produknya sekaligus merupakan promosi dengan tujuan akhir adalah produksinya meningkat dan pendapatan bertambah.



Gambar 5. Contoh Label Krupuk Paru Kemasan 250 gram



Gambar 6. Krupuk Paru Yang Telah Diberi Label

d. Digital Marketing

Pemberian materi digital marketing dimaksudkan agar pemasaran produknya dapat menjangkau area yang luas dengan menggunakan perangkat yang sudah dimiliki seperti HP.

Para pengrajin diberikan pemahaman dan pembuatan media seperti Instagram, Facebook dan WhatsApp (WA) sebagai sarana untuk memasarkan produknya.

Dari pelatihan digital marketing tersebut beberapa pengrajin krupuk paru telah memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produknya.



Gambar 7. Penyajian Materi Pemasaran Digital

e. Strategi Pemasaran

Pemasaran yang dilakukan selama ini masih dengan cara tradisional, yaitu pengrajin krupuk paru menjual produknya apabila ada konsumen yang membeli di tempat produksi atau pembelian dilakukan oleh pedagang.

Perlu strategi khusus untuk memasarkan krupuk paru yang dihasilkan antara lain :

- 1) Membuat jaringan komunikasi dengan komunitas-komunitas konsumen krupuk paru dan sebaiknya bekerjasama dengan restaurant, tempat-tempat kuliner Madura lainnya untuk dapat memenuhi permintaan pasar.
- 2) Krupuk paru dapat langsung dimasukkan ke pasar ritel modern. Di ritel-ritel tersebut bisa dibuatkan display khusus krupuk paru.
- 3) Penjualan ke komunitas atau koperasi dengan membuat group atau kelompok khusus

f. Sesi Diskusi dan Tanya Jawab

Pada sesi tanya jawab ini, pengrajin krupuk paru sangat antusias bertanya yang berkaitan dengan cara mengurus perijinan : Pengurusan Sertifikat PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga) ke Dinas Kesehatan, Pengurusan SIUP dan lain-lainnya.

Masalah berikutnya yang didiskusikan adalah pengemasan, label dan pemasaran.

Disini tim pengabdian memberikan solusi dengan mendampingi pengrajin krupuk paru dan memberi contoh serta memberikan bantuan bahan-bahan yang diperlukan untuk label produk. Selain itu tim pengabdian juga membuat logo untuk merek produk. Sementara pemasaran dilakukan dengan membuka komunitas melalui WAG dan IG untuk memasarkan produk. Diharapkan kedepan, pengrajin krupuk paru dapat mengembangkan dan membuka pasar-pasar baru, misalnya membuka toko penjualan langsung di tempat produksi atau dapat memasukan ke toko-toko oleh-oleh khas Madura atau supermarket yang ada di Pamekasan.

g. Monitoring dan Evaluasi

Dari kegiatan monitoring dan evaluasi yang dilaksanakan satu bulan setelah kegiatan dilaksanakan oleh tim pelaksana untuk memastikan apakah proses pengemasan, labelling produk dan teknik pemasaran secara online tetap dilakukan oleh pengrajin krupuk paru di Desa Ras Beras Kecamatan Palengaan.

4. Simpulan dan Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang sudah dilakukan dan monitoring serta evaluasi yang dilaksanakan oleh tim pelaksana, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengemasan produk krupuk paru dilakukan oleh para pengrajin dengan berbagai varian berat produk sesuai dengan keinginan konsumen.
- 2) Pemasangan Label (Labelling) pruduk dilakukan oleh para pengrajin karena label merupakan suatu keharusan agar produk krupuk paru dapat dikenal oleh konsumen, karena dalam label tercantum nama produk, alamat produksi dan nomor telpon, berat produk, isi produk, kadaluwarsa, dan lain-lain.

- 3) Teknik pemasaran dilakukan secara offline dan online dengan menggunakan WAG, Instagram dan lainnya.
- 4) Strategi pemasaran yang dapat dilakukan adalah membuka penjualan langsung di tempat produksi dan dipasarkan pada toko oleh-oleh khas Madura, atau di supermarket di Pamekasan.

b. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah hendaknya para pengrajin krupuk paru dapatnya mengurus sertifikat izin Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT), dan mengurus Surat izin Usaha Perdagangan (SIUP).

5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada LPPM Universitas Madura yang telah mendanai kegiatan ini serta para tim pengabdian yang telah bekerja dengan maksimal sehingga dapat terselesaikannya program pengabdian ini. Tak lupa juga penulis sampaikan terima kasih kepada para pengrajin krupuk paru yang telah menjadi khalayak sasaran pengabdian ini dengan harapan bahwa program ini dapat bermanfaat, karena tanpa pengemasan, pemberian label yang bagus serta teknik pemasaran yang dapat dijangkau dengan mudah oleh konsumen maka produk akan sangat sulit dikenal oleh konsumen dan mengakibatkan pemasarannya sangat terbatas.

6. Daftar Pustaka

- Kotler, Ph., and G. Armstrong, (1994). *Principle of Marketing. Sixth Edition.* Prentice Hall International Editions. Prentice Hall, Inc. A Paramount Communications Company Englewood Cliffs, NJ 071632.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian.* Salemba Empat. Jakarta.
- Rendra, Jamaludin, dan F. Sativa, (2019). *Pelatihan Penggunaan Media Aplikasi Penyuluhan berbasis Android bagi PPL dan Ketua Kelompok Tani di Balai*

Penyuluhan Pertanian (BPP) Kecamatan Hampan Rawang Kota Sungai Penuh. Jurnal Karya Abdi Masyarakat, Volume 3 Nomor 2, Desember 2019:278-285, p-ISSN: 2580-1120, e-ISSN: 2580-2178, Fakultas Pertanian Universitas Jambi.

Santoro, A., S.Y. Widowati, E. Kurniawati, dan T. Ariefiantoro, (2020). Pemasaran Online bagi UKM menuju Kesuksesan Usaha di Era Digital. Jurnal Graha Pengabdian. Volume 2, Edisi 3 tanggal 30 Oktober 2020: 233-241.

Stanton, W. (2001). Prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.

Suparno (1994). Ilmu dan Teknologi Daging. Gadjahmada University Press. Jogjakarta.