

**Pengemasan Kluwek pada keluarhaan Tondok Iring
Kabupaten Tana Toraja Sulawesi Selatan**

*Kluwek packaging for the Tondok Iring family,
Tana Toraja Regency South Sulawesi*

Adriana Madya Marampa¹, Elisabeth Pali², Isak Pasulu³, Dina Ramba⁴

¹⁻⁴ Universitas Kristen Indonesia Toraja

*Email : ana.marampa@yahoo.com

Article History:

Received: 30 November 2022

Revised: 22 Desember 2022

Accepted: 05 Januari 2023

Keywords: Packaging,
luwek.

Abstract: *Kluwek is one of the products produced by farmers in the Lion Tondok Iring Village, Makale Utara District. The constraints faced by partners are in the packaging process, the product is still not packaged properly, so the resulting product cannot be stored for a long time and results in a decrease in product quality. Whereas packaging design is one of the determining factors for consumers in buying products and is related to product shelf life. Therefore, the goal of the service team in this activity is to provide solutions to the problems experienced by partners by creating attractive packaging designs, which are expected to increase consumer purchasing power which has an impact on increasing product added value and business profitability. The method used in this community service activity is the instructional and dialogue method. The second stage is packaging the product with an attractive packaging design. The third stage is evaluating the results of the activity. The results of the service activities are the realization of packaging designs for partners, the hope is that partner sales turnover will increase.*

Abstrak

Kluwek merupakan salah satu produk yang dihasilkan oleh petani di Kelurahan Lion Tondok Iring Kecamatan Makale Utara. Kendala yang dihadapi oleh mitra yaitu pada proses pengemasan, produk masih belum dikemas dengan baik, sehingga produk yang dihasilkan tidak dapat disimpan dalam waktu yang lama dan berakibat pada penurunan kualitas produk. Padahal desain kemasan merupakan salah satu faktor penentu konsumen dalam membeli produk dan berkaitan dengan daya simpan produk. Oleh sebab itu, tujuan tim pengabdian dalam kegiatan ini adalah memberikan solusi atas kendala yang dialami mitra dengan membuat desain kemasan yang menarik, yang diharapkan dapat meningkatkan daya beli konsumen yang berdampak pada peningkatan nilai tambah produk dan profitabilitas usaha. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah metode instruksional dan dialog, tahap kedua dilakukan pengemasan produk dengan desain kemasan yang menarik, Tahap ketiga dilakukan evaluasi hasil kegiatan. Hasil dari kegiatan pengabdian adalah terwujudnya desain kemasan untuk mitra harapannya omzet penjualan mitra semakin meningkat.

Kata Kunci: Pengemasan, Kluwek.

PENDAHULUAN

Kelurahan Lion Tondok Iring merupakan sebuah kelurahan yang terletak di Kecamatan Makale Utara Kabupaten Tana Toraja. Di kelurahan ini banyak terdapat petani Kluwek. Kluwek merupakan salah satu plasma nuftah flora yang menghasilkan buah yang dapat dikonsumsi dan berpotensi sebagai obat dan ramu-ramuan bahkan diolah menjadi makanan yang dapat dikonsumsi. Tumbuhan kluwek tersebar di wilayah Malenesia, (Malaysia, Indonesia, dan Papua Nugini). Meskipun belum tergolong langka, namun tumbuhan ini sudah mulai jarang ditemukan. Kurangnya informasi tentang kegunaan produk kluwek tersebut serta pengetahuan masyarakat tentang teknik budidaya dan pengolahan pascapanen, menyebabkan masyarakat kurang berminat membudidayakan tumbuhan kluwek (Sari & Suhartati, 2015). Namun, di daerah Toraja Kluwek dapat diolah menjadi salah satu makanan tradisional yang memiliki cita rasa yang tinggi. Masyarakat di desa Lion Tondok Iring memproduksi Kluwek, namun pemasaran dari produk kluwek ini masih terbatas pada pasar-pasar yang berada di dekat wilayah sekitar. Hal tersebut dikarenakan Kluwek yang mereka produksi masih belum dibuat di dalam kemasan sehingga pemasaran dari produk tersebut masih terbatas. Menurut Kementerian Negara Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah (2009) Kemasan atau packaging adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan. Pengemasan (packaging) secara sederhana dapat juga diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan (Ari, 2019). Kemasan dianggap sebagai bagian yang tak terlepas dalam kegiatan pemasaran. Saat ini, kemasan telah diakui sebagai salah satu unsur penting yang dapat meningkatkan pemasaran antara produsen dengan konsumen. Kemasan produk yang menarik akan mendorong seorang konsumen untuk memberikan kemudahan bagi konsumen dalam penggunaan maupun penyimpanan sehingga konsumen merasa puas (Dewanti *et.al*, 2021). Desain yang unik, ukuran yang bermacam-macam, warna, bentuk dan

informasi yang diberikan pada kemasan akan semakin mempengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan produk. Berdasarkan permasalahan di atas, maka kegiatan yang diberikan kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pada para petani kluwek agar mampu melakukan pengemasan produk dengan baik agar produk yang dihasilkan dapat dipasarkan lebih luas. Sebuah dapat menjadi media komunikasi/promosi yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk, karena kemasan (packaging) pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan (packaging) akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi dalam meningkatkan nilai jual produk (Didiharyono dkk, 2018). Menurut Klimchuk (2007) dalam penelitiannya mengatakan, untuk memperkuat penampilan estetika dan nilai produk, menampilkan atribut yang unik dari sebuah produk serta memperkuat perbedaan antara lini produk dan ragam produk, mengembangkan bentuk kemasan yang berbeda disesuaikan dengan kategori dan penggunaan material baru yang efisien dan ramah lingkungan merupakan tujuan dari desain kemasan.

Menurut Kotler & Keller (2009:27), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Biasanya fungsi utama dari kemasan adalah untuk menjaga produk

METODE

Metode dalam pengabdian ini akan dibagi dalam empat tahap sebagai berikut.

1. Tahap pertama dengan menggunakan metode instruksional dan dialog yaitu melalui kegiatan sosialisasi optimasi nilai tambah produk yaitu dengan sosialisasi pentingnya packaging produk menggunakan desain kemasan yang menarik. Sosialisasi bertujuan agar mitra paham mengenai urgensi penggunaan kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan nilai tambah/nilai jual produk dan profitabilitas usaha.
2. Tahap kedua dilakukan pengemasan produk dengan desain kemasan yang menarik yang diusulkan oleh tim pengabdian, sehingga terbentuk desain kemasan yang dapat meningkatkan nilai jual produk.
3. Tahap ketiga dilakukan evaluasi hasil kegiatan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memahami tentang pentingnya packaging produk sehingga diharapkan para petani Kluwek Kelurahan Lion Tondok Iring mampu membuat strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan omset penjualan produk. Evaluasi juga dilakukan terhadap mitra dalam kemampuannya teknik pengemasan dan labeling produk kluwek agar kegiatan pemasaran usaha dapat dilakukan dengan lebih baik.

HASIL

Kondisi Umum Mitra

Pengolahan Kluwek oleh masyarakat di Kelurahan Lion Tondok Iring masih dilakukan secara tradisional dari proses pembersihan bahan baku hingga penjemuran. Dari segi kemasan produk juga masih belum dilakukan pengemasan ataupun labeling produk. Jumlah tenaga kerja yang digunakan sebanyak enam orang tenaga kerja berasal dari keluarga yang melakukan produksi dari penyediaan bahan baku hingga proses pengeringan. Produk kluwek tersebut belum mengoptimalkan penggunaan media online dalam pemasaran, sehingga jangkauan pemasaran produk belum terlalu luas yaitu hanya sekitar daerah kelurahan Lion Tondok Iring.

Kegiatan Sosialisasi

Rangkaian kegiatan pengabdian dilakukan mulai dari survey lokasi mitra sehingga dapat disusun analisis situasi, masalah, potensi, pengembangan, dan solusi beserta untuk mitra yang dilakukan pada tanggal **29 September 2022** Kemudian kegiatan selanjutnya dilakukan sosialisasi kegiatan optimasi nilai tambah produk yaitu dengan sosialisasi pentingnya packaging produk menggunakan desain kemasan yang menarik. Kegiatan tersebut bertujuan agar mitra paham mengenai urgensi penggunaan kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan nilai tambah/nilai jual produk dan profitabilitas usaha. Dalam kegiatan ini tim pengabdian mengali lebih dalam permasalahan mitra dan mitra juga turut menyampaikan permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usaha khususnya pada proses pengemasan (Gambar 1).



Gambar 1. Sosialisasi Pentingnya packaging Produk Menggunakan Desain Kemasan yang Menarik

Kegiatan tahap dua dari tim pengabdian adalah packaging produk menggunakan desain kemasan yang menarik. Dalam kegiatan ini mitra mulai melakukan pengemasan produk. Dengan membuat kemasan produk diharapkan dapat meningkatkan nilai tambah produk serta dapat membuat umur simpan produk menjadi lebih lama (Gambar 2).



Gambar 2. Pengemasan Produk

Setelah dilakukan pengemasan produk tim pengabdian melakukan kegiatan sosialisasi manajemen pemasaran kepada mitra yang dirancang dengan pengoptimalan digital marketing yaitu dengan pemanfaatan platform digital, pemanfaatan media sosial berupa facebook, instagram, serta media e-commerce dan melaksanakan evaluasi hasil kegiatan untuk mengetahui kemampuan peserta dalam memahami tentang pentingnya packaging produk sehingga diharapkan para petani Kluwek Kelurahan Lion Tondok Iring mampu membuat strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan omset penjualan produk. Evaluasi juga dilakukan terhadap mitra dalam kemampuannya teknik pengemasan produk kluwek agar kegiatan pemasaran usaha dapat dilakukan dengan lebih baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pelatihan “pengemasan produk Kluwek di Kelurahan Lion Tondok Iring, maka dapat disimpulkan pelatihan tentang pengemasan memberikan dampak positif bagi mitra dalam mengembangkan dan memasarkan produknya serta Masyarakat di Kelurahan Lion Tondok Iring lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang menarik dan menggunakan media sosial dalam mendukung pemasaran secara online.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terima kasih kepada kepala lembang yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk melakukan sosialisasi kepada setiap warga kelurahan Lion Tondok Iring
Terima kasih kepada para warga keluarhaan LionTondok Iring.

DAFTAR REFERENSI

- Ari, Widianti, 2019. Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura 2019, Vol. 8 , No. 2, 67-76
- Dewanti , Rizki Puspita Dewanti, Hardian Ningsih, Edi Paryanto, Sigied H Yudhanto, 2021. Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri Volume 1, Number 2 (2021), pp. 50-56.
- Didiharyono, D., Tenrigau, A. M., & Marsal, M. (2018). Pemanfaatan Sampah Plastik Untuk Dijadikan Bantal Yang Berkualitas Dan Bernilai Ekonomis
- Klimchuk, M. Rosner, Krasovec, & A. Sandra, Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan”. Edisi pertama. Jakarta: Erlangga, 2007. S. Maryama, P. Yandri, & I. Istimal, “Pelatihan Pembuatan Packaging.
- Kementerian Negara Koperasi Dan Usaha Kecil Dan Menengah.,2009. Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM, Jakarta.
- Theophany, H., Bramantya, B., & Sutanto, R. P. (2014). Studi visual perubahan desain kemasan sosis “ Bernardi ” tahun 2009-2013. Jurnal Desain Komunikasi Viasual Adiwarna, 1-13