

## **PENDAMPINGAN PELATIHAN PENGEMASAN PRODUK MARKETING DI DESA BUNUT SEBRANG KECAMATAN PULO BANDRING KABUPATEN ASAHAN**

**<sup>1)</sup>Saria Sinaga, <sup>2)</sup>Hadi Suriono, <sup>3)</sup>Darma Syahputra, <sup>4)</sup>Sasa Aprilia, <sup>5)</sup>Dea Anggi Syahfitri**

<sup>1,2,3,4,5)</sup> Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Asahan

<sup>2)</sup> hadi.suriono0468@gmail.com, <sup>3)</sup> darmasyahputra824@gmail.com, <sup>4)</sup> sasaaprilialia66@gmail.com, <sup>5)</sup> deaanggisyahfitri01@gmail.com

### **ABSTRAK**

Di Desa Bunut Sebrang Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan, dikenal dengan potensi produk unggulan berupa hasil pertanian dan kerajinan masyarakat. Kendala didesa ini adalah kurangnya perhatian dalam pengemasan produk serta keterampilan masyarakat dalam hal pengemasan produk yang kurang menarik. Kemasan termasuk elemen penting untuk meningkatkan daya saing produk. Berdasarkan fakta di Indonesia, sebagian besar kemasan produk UMKM tidak marketable, dibandingkan produk-produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing sangat rendah. . Bagaimana pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing di Desa Bunut Sebrang Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah survei dan wawancara. Metode survei dilakukan dengan cara mengumpulkan data tentang pelaku usaha dan konsumen mengenai kepuasan kemasan produk serta pembelian produk. Pelatihan pengemasan produk sangat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan para UMKM dan membantu para pelaku usaha untuk mencapai target pemasaran. Pemaparan mengenai pengemasan produk dapat di pahami dan dilaksanakan dengan baik oleh para pelaku usaha.

*Kata kunci: Kemasan, Pemasaran, Pelatihan*

### **ABSTRACT**

*In Bunut Sebrang Village, Pulo Bandring District, Asahan Regency, it is known for its potential superior products in the form of agricultural products and community handicrafts. The obstacles in this village are the lack of attention in product packaging and community skills in terms of packaging products that are less attractive. Packaging includes an important element to increase product competitiveness. Based on the facts in Indonesia, most MSME product packaging is not marketable, compared to products from large capital companies, so the selling value and competitiveness are very low low. . How to assist marketing product packaging training in Bunut Sebrang Village, Pulo Bandring District, Asahan Regency. The methods used in this service are surveys and interviews. The survey method is carried out by collecting data about business actors and consumers regarding product packaging satisfaction and product purchases. Product packaging training is very helpful for business actors.*

*Keywords: Packaging, Marketing, Trainin*

## **I. PENDAHULUAN**

Pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam

meningkatkan keterampilan dalam hal pengemasan dan pemasaran produk. Pendampingan ini meliputi, pelatihan dalam pengemasan produk, digital marketing, branding, dan strategi pemasaran baik secara konvensional maupun online. Pendampingan dilakukan melalui program-program pemerintah, universitas, dan berbagai organisasi dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM. Pendampingan ini mencakup aspek digitalisasi UMKM, di mana pelatihan dalam pengemasan produk dan pemasaran juga melibatkan strategi online atau mobile marketing. Hal tersebut sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong UMKM untuk memanfaatkan teknologi digital guna meningkatkan daya saing produk-produk lokal. Pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada para pelaku UMKM dalam hal desain pengemasan produk yang menarik, memberi sertifikasi halal dan sanitasi yang baik.

Kemasan termasuk elemen penting untuk meningkatkan daya saing produk. Berdasarkan fakta di Indonesia, sebagian besar kemasan produk UMKM tidak marketable, dibandingkan produk-produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing sangat rendah. Material kemasan ada beraneka ragam, selama ini industri pengemasan di Indonesia mendapat permintaan terbesar untuk bahan plastik sebesar 53% , kertas 24%, metal 17% , dan kaca 6% (sumber:Federasi Pengemasan Indonesia).

Pengemasan produk merupakan salah satu kebutuhan dalam penjualan produk yang berfungsi untuk melindungi suatu produk. Selain itu kemasan produk juga berfungsi sebagai sarana pemasaran (marketing) dan menjadi daya tarik yang dapat meningkatkan penjualan suatu produk. Masalah kemasan produk menjadi salah satu titik lemah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Permasalahan rendahnya kesadaran akan pentingnya kemasan disebabkan karena terbatasnya pemahaman pelaku UMKM akan pentingnya citra, kualitas dan tampilan kemasan.

Di Desa Bunut Sebrang Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan, dikenal dengan potensi produk unggulan berupa hasil pertanian dan kerajinan masyarakat. Kendala di desa ini adalah kurangnya perhatian dalam pengemasan produk serta keterampilan masyarakat dalam hal pengemasan produk yang kurang menarik. Oleh karena itu, pendampingan pelatihan pengemasan produk pemasaran di desa ini sangat diperlukan guna memberikan manfaat yang signifikan bagi pengembangan usaha masyarakat dan meningkatkan daya saing produk masyarakat, baik di pasar lokal maupun pasar yang lebih luas.

Pendampingan pelatihan pengemasan produk pemasaran di Desa Bunut Sebrang, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan, diharapkan dapat memberikan dampak yang nyata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat desa. Melalui peningkatan kualitas produk dan pemasaran yang lebih baik, diharapkan dapat terciptanya peluang-peluang baru yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat desa.

Untuk itu perlunya dilakukan pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing khususnya bagi para pelaku usaha di Desa Bunut Sebrang, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan guna untuk pengembangan usaha masyarakat desa ke depannya.

Manfaat yang diperoleh dari pengabdian yaitu: (1) Pelatihan dan pendampingan ini dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat dan menambah pengetahuan dalam mengelola pemasaran produk, (2) meningkatkan keterampilan dalam pengemasan produk secara menarik.

## II. METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai dari bulan November 2023 sampai bulan Desember 2023 yang berlokasi di Desa Bunut Seberang Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan. Metode yang dilakukan pada pengabdian ini adalah survei dan wawancara. Metode survei dilakukan dengan cara mengumpulkan data tentang pelaku usaha dan konsumen mengenai kepuasan kemasan produk serta pembelian produk. Selanjutnya untuk tahap wawancara dilakukan langsung ke lokasi untuk bersosialisasi, mencari informasi serta memberi materi kepada para pelaku usaha dan konsumen di Desa Bunut Sebrang.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program kegiatan pengabdian ini membutuhkan kurang lebih 40 hari, mulai dari survei lapangan, wawancara, pelaksanaan pelatihan hingga selesai. Kegiatan pendampingan dan penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dampak pendampingan pelatihan pengemasan produk terhadap efektivitas pemasaran di Desa Bunut Sebrang, Kecamatan Pulo Bandring, Kabupaten Asahan. Metode penelitian ini melibatkan partisipasi aktif masyarakat setempat dalam pelatihan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan pengumpulan data melalui wawancara langsung ke lokasi dan survei. Responden terdiri dari peserta pelatihan, pemilik usaha, dan konsumen lokal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya pelatihan ini dapat meningkatkan keterampilan pengemasan produk, meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk lokal, meningkatkan pendapatan bagi pelaku usaha setempat dan berdampak positif pada peningkatan kualitas kemasan produk. Pelatihan yang dilakukan memberikan manfaat bagi masyarakat sasaran berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat kemasan suatu produk. Dengan tampilan produk yang baik, menarik dan aman serta pengemasan yang baik dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha membuat konsumen lebih tertarik untuk membelinya. Dalam penelitian ini, desain kemasan produk juga harus menarik agar diperoleh kemasan produk (*packaging*) yang bagus dan menarik.

Daya tarik kemasan sangatlah penting guna tertangkapnya stimulus oleh Fkonsumen yang disampaikan oleh produsen. Jika konsumen telah tertarik atas produk tersebut diharapkan konsumen melakukan pembelian atas produk tersebut. Menurut Wirya, Iwan (1999) daya tarik visual kemasan dapat digolongkan menjadi dua yaitu daya tarik visual dan daya tarik praktis.



Gambar 1. Sosialisasi pelatihan pengemasan produk marketing



Gambar 2. Dokumentasi kepada mitra pendampingan

Pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini ada beberapa poin yang perlu disampaikan berdasarkan evaluasi dilapangan , (1) dukungan dan partisipasi dari seluruh perangkat desa dan warga masyarakat yang sangat mendukung akan keberhasilan kegiatan ini. (2) keberhasilan Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sangat mencapai target capaian dengan baik.

Berdasarkan temuan penelitian ini dapat menjadi rekomendasi untuk melanjutkan program pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing sebagai upaya berkelanjutan dalam meningkatkan pemasaran produk lokal.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pendampingan pelatihan pengemasan produk marketing di Desa Bunut Sebrang Kecamatan Pulo Bandring Kabupaten Asahan, maka dapat disimpulkan bahwa pelatihan pengemasan produk sangat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan pendapatan serta keuntungan para UMKM. Pemaparan mengenai pengemasan produk dapat di pahami dan dilaksanakan dengan baik oleh para pelaku usaha disekitar lokasi . Para pelaku usaha dan masyarakat sangat berpartisipasi dalam melaksanakan pengemasan produk sesuai arahan dari kegiatan pelatihan yang telah di paparkan oleh pengabdi. Kegiatan ini juga membantu para pelaku usaha dan konsumen dalam melakukan pengemasan produk serta pemasaran yang dapat di jangkau lebih cepat dan efektif oleh pelaku konsumen. Dengan adanya kegiatan ini juga dapat membantu para pelaku usaha untuk mencapai target pemasaran yang tinggi untuk kedepannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Fitta Ummaya Santi, 2015. Teknik Pengemasan Dan Labeling Produk Marketing, Website,<https://staffnew.uny.ac.id/upload/198703282014042002/pengabdian/TEKNIK%20PENGEMASAN%20DAN%20LABELING%20PRODUK%20MAKANAN.pdf> . Diakses pada tahun 2015.
- Harso Kurniawan, 2023. Kemasan Produk, Titik Lemah Daya Saing Pelaku UMKM,Website,<https://disperindag.jatimprov.go.id/post/detail?content=kemasan-produk-bukan-sekedar-pembungkus>. Diakses pada 8 Oktober 2023.

- Ombi Romli dan Arta Rusidarma Putra, 2021. Pendampingan UMKM Melalui Pelatihan Pengemasan Dan Pemasaran Baik Online Maupun Offline Produk Kacang Umpet Varian Rasa Menjadi Produk Yang Kompetitif Di Desa Sukasari. *Indonesia Journal Of Engagement Community Services, Empowerment and Development*.1(1): 10-13.
- Rahayu Musfirah dan Ika Korika Swasti, 2023. Pelatihan Dan Pendampingan Digital Marketing Untuk Peningkatan *Brand Awareness* UMKM "Dapur Kerontang". *Jurnal Pengabdian dan Kemitraan Masyarakat (ALKHIKMAH)*. 1(3) :35.
- Rinasa Agistya Anugrah, Ferriawan Yudhanto dan Oki Wijaya, 2022. Pelatihan Pengemasan Produk UMKM Masyarakat Di Desa Wates Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.4(1): 61-66.
- Rini Agustina, Yoyok Seby Dwanoko, dan Dodit Suprianto, 2021. Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM Di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas*. 4(1): 71.
- Yuliati dan Rini Hadiyati, 2018. Pelatihan Pengemasan Produk. *Provided by OJS UNISMUH Luwuk* : 11-12.