



# ABDIMAS BERKARYA

*Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkarya*

DOI : <https://doi.org/10.62668/berkarya.v2i01.504>

## PELATIHAN TEKNIK PENGEMASAN DAN PROMOSI PEMASARAN PRODUK PADA KELOMPOK PEMBUAT *KUE* CAMILAN RANCHO INDAH JAKARTA SELATAN

Abdul Harif Siswanto<sup>\*1</sup>, Nurul Haniza<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Sahid Jakarta, Indonesia

### Article History

Received : 01 Desember 2022

Revised : 28 Desember 2023

Accepted : 02 Februari 2023

Available Online : 28 Februari 2023

### \*Corresponding Author :

Nama : Abdul Harif Siswanto

Email : [abdulharifsiswanto@gmail.com](mailto:abdulharifsiswanto@gmail.com)

### Licensed Under

a Creative Commons

Attribution 4.0

International License



### Abstrak

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilatarbelakangi oleh minimnya pengetahuan teknik pengemasan dan pemasaran produk (kue) pelaku usaha rumahan (usaha mikro). Kegiatan PKM bertujuan memberikan pelatihan kepada kelompok pembuat kue tentang teknik pengemasan dan promosi pemasaran produk (kue) sehingga layak jual dan diminati pembeli. Metode kegiatan PKM dilakukan dalam bentuk pelatihan dengan memberikan materi tentang pembuatan produk yang sehat dan menarik, teknik pengemasan produk, dan teknik pemasaran produk yang sederhana dan murah. Hasil penelitian menggambarkan kue camilan (keripik pisang, keripik singkong, dan lainnya) merupakan produk usaha rumahan, diproduksi dengan peralatan sederhana, disajikan tanpa atau dengan kemasan plastik ala kadarnya, dijual di warung-warung kecil atau di pinggir jalan dengan menggunakan meja atau gerobak dorong tanpa kemasan dan tanpa teknik promosi pemasaran. Hasil pelatihan teknik pengemasan dan promosi pemasaran produk pada kelompok pembuat *kue camilan* Rancho Indah Jakarta Selatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan pelaku usaha dalam teknik pengemasan kue dan teknik promosi pemasaran produk yang berdampak pada peningkatan kepercayaan konsumen dan prospek penjualan produk yang lebih baik.

**Kata Kunci:** Pelatihan, Pengemasan, Promosi Pemasaran, Kue.

### Abstract

*This Community Service Activity (PKM) is motivated by a lack of technical knowledge of product packaging and marketing (cakes) for home-based businesses (micro-enterprises). PKM activities aim to provide training to groups of cake makers on packaging techniques and marketing promotion of products (cakes) so that they are fit for sale and are in demand by buyers. The PKM activity method is carried out in the form of training by providing material on making healthy and attractive products, product packaging techniques, and simple and inexpensive product marketing techniques. The results of the study describe that snack cakes (banana chips, cassava chips, and others) are home-based products, produced with simple equipment, served without or with rudimentary plastic packaging, sold in small stalls or on the side of the road using tables or wheelbarrows. without packaging and without marketing promotion techniques. The results of training on product marketing promotion and packaging techniques for the Rancho Indah snack cake group in South Jakarta show an increase in the ability of business actors in cake packaging techniques and product marketing promotion techniques which have an impact on increasing consumer confidence and better product sales prospects.*

**Keywords:** Training, Packaging, Marketing Promotion, Cake.

## PENDAHULUAN

Di lingkungan perumahan, kue cemilan (seperti keripik pisang, keripik singkong, dan lainnya) merupakan produk usaha rumahan yang diproduksi dengan peralatan sederhana dan dijual dengan/tanpa kemasan. Kue cemilan juga diproduksi secara masal oleh perusahaan besar, dengan kemasan menarik dan teknik promosi pemasaran yang sangat inovatif. Kue cemilan yang diproduksi dengan aneka rasa (manis/asin, gurih/pedas balado, coklat/keju, kering/basah) sangat disukai masyarakat, sehingga banyak dijadikan sebagai suguhan acara pertemuan (kantor/keluarga), teman nonton televisi, teman kesibukan kerja, dan aktivitas lainnya. Hanya saja karena kue cemilan hasil usaha rumahan disajikan kurang menarik, kurang memperhatikan aspek higienis, dan zero promosi pemasaran maka kue cemilan usaha rumahan kalah bersaing dengan kue cemilan usaha pabrikan. Hal itulah yang menyebabkan usaha rumahan sulit tumbuh dan berkembang.

Pelatihan kewirausahaan berupa pemberian teknik pengemasan produk dan teknik promosi pemasaran dapat menjadi solusi ketidakberdayaan pelaku usaha kue cemilan dalam mengelola usaha bisnisnya. Pengemasan produk akan menciptakan daya tarik produk dan meningkatkan minat beli konsumen. Kemasan merupakan kesan singkat citra produk dan identitas merek yang hendak dikomunikasikan produsen (perusahaan) kepada konsumen. Deskripsi identitas merek/produk akan membuat produk mudah dikenali dan dibedakan dengan produk kompetitor (Kotler, 2000: 460). Kemasan yang menyajikan bentuk dan informasi produk (Danger, 1992: 23), dan gambar produk (Marty Neumier, 2003) sehingga produk mudah diingat (Eric Schulz, 2003: 101) merupakan materi promosi yang efektif bisa mempengaruhi minat dan keputusan konsumen. Kemasan merupakan teknik promosi yang sangat menarik dan efektif dalam mempengaruhi minat dan keputusan konsumen membeli produk (Eric Schulz, 2003: 114). Artinya kemasan produk dapat berfungsi sebagai daya tarik, citra produk, dan sarana promosi dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen.

Kegiatan PKM bertujuan untuk memberikan pelatihan tentang teknik pengemasan dan promosi pemasaran produk (kue cemilan) sehingga pelaku usaha (produsen) memiliki pengetahuan produk layak jual dan teknik mempromosikan produk dengan baik.

## METODE PELAKSANAAN

Metode kegiatan PKM dilakukan dalam bentuk pelatihan usaha terhadap produsen kue cemilan Rancho Indah, Tanjung Barat, Jakarta Selatan yang berjumlah 3 (tiga) orang. Pembimbing dan Narasumber PKM adalah dosen pengampu mata kuliah kewirausahaan dan komunikasi pemasaran pada program studi Ilmu Komunikasi.

Metode pelatihan dalam PKM ini dilakukan dalam beberapa tahapan, yaitu:

1. Penyuluhan/pembelajaran. Pada tahap awal, peserta pelatihan diberikan bekal wawasan pengetahuan tentang kewirausahaan, komunikasi pemasaran, dan penerapan kreativitas dan inovasi dalam kegiatan usaha bisnis. Hal itu ditujukan untuk membangun wawasan usaha dan jiwa kewirausahaan pelaku usaha,

sehingga bisa mandiri, kreatif, dan inovatif dalam mengelola usahanya. Materi promosi pemasaran dimaksudkan untuk membangun wawasan dan kemampuan mengelola pasar dan persaingan usaha.



**Gambar 1. Kegiatan Pelatihan Pengemasan Produk**



**Gambar 2. Contoh Pengemasan Produk secara Sederhana**

2. Pelatihan Usaha. Pada tahap kedua, peserta diberikan pelatihan dan praktek tentang teknik pengemasan produk dan teknik promosi pemasaran. Dalam pelatihan pengemasan produk, secara simpel peserta dilatih membuat kemasan, penulisan label, dan gambar kemasan produk yang menarik dan memiliki nilai jual.

Sedangkan dalam pelatihan promosi pemasaran, peserta diberikan latihan/praktek pembuatan pesan promosi, pemilihan media promosi, dan melakukan kegiatan promosi pemasaran produk.

3. Pendampingan. Pada tahap selanjutnya, peserta diberikan pendampingan dalam kegiatan promosi pemasaran produk untuk memastikan dilakukannya kegiatan promosi, baik menggunakan media selebaran maupun media sosial sesuai target pemasaran produk yang telah direncanakan.

## HASIL PEMBAHASAN

### Hasil Pelatihan

Pengemasan produk dan promosi pemasaran menjadi bagian penting keberhasilan suatu usaha bisnis. Pengemasan produk sebagai bentuk kreativitas dan keinovasian dari entrepreneur merupakan suatu solusi kewirausahaan dalam memecahkan persoalan dan menciptakan peluang usaha (Zimmerer, 1989). Kemasan produk yang menyajikan bentuk, label, dan gambar dapat berfungsi sebagai daya tarik, citra produk, dan sarana promosi dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Sedangkan promosi sebagai bentuk komunikasi pemasaran (Kotler, 2000) dapat menginformasikan karakteristik dan keunggulan produk sehingga terbentuk pengetahuan dan citra produk yang baik, serta dapat mempersuasi minat dan ketertarikan khalayak target untuk membeli dan menggunakan produk (Swastha, 2014). Kegiatan promosi yang menyediakan informasi dan mendiferensiasi produk dapat meningkatkan dan menstabilkan penjualan (Boone dan Kurtz, 2002: 134).

Berdasar kerangka berpikir itu, tim PKM berupaya untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan dan keterampilan komunikasi pemasaran produsen kue camilan melalui pelatihan pengemasan produk dan teknik promosi pemasaran.

1. *Keterampilan Mengemas Produk*. Pada awalnya pembuat kue menjajakan produk jualannya tanpa atau dengan kemasan ala kadarnya, tanpa atau dengan bungkus kantong plastik tanpa label identitas, dan kurang memperhatikan kebersihan produk. Hasil pelatihan, pembuat kue menjadi terampil membuat kemasan produk yang rapi, sehat, dan menarik dalam bentuknya yang sederhana. Kue dipotong/diiris dalam bentuk yang menarik, dibungkus tertutup dan rapi untuk menciptakan kesan bersih dan sehat, dan diberi label produk dengan tulisan dan gambar yang menarik untuk memperkenalkan karakteristik dan keunggulan produk, serta untuk membangun minat beli konsumen.
2. *Keterampilan Membuat Label Kemasan*. Pembuat kue terampil membuat label kemasan produk, dan memiliki pengetahuan tentang informasi apa yang penting ditulis dan disajikan dalam gambar. Pembuat kue mengetahui pentingnya menyampaikan informasi tentang karakteristik produk, kelebihan produk, dan kesan positif produk dalam label kemasan.



**Gambar 3 : Penjualan Produk Dagangan**

3. *Keterampilan Membuat Media Promosi.* Pada awalnya, pembuat kue tidak menggunakan media promosi dalam memasarkan produknya. Penjualan produk dilakukan di pinggir jalan dengan menggunakan gerobak dorong dan/atau dijajakan diatas meja penjualan. Setelah pelatihan, pembuat kue memiliki pengetahuan dan keterampilan mebuat media promosi dalam bentuk banner/spanduk dan selebaran yang bisa dicetak menggunakan mesin printer, diperbanyak dengan potocopy, mesin digital, dan cetak sablon.
4. *Keterampilan Membuat Pesan Promosi.* Pembuat kue memiliki pengetahuan dan terampil membuat dan menulis pesan promosi dalam bentuknya yang simpel dan sederhana. Pembuat kue mengetahui informasi produk yang penting disampaikan sebagai materi/pesan promosi pada beberapa media promosi yang berbeda.
5. *Keterampilan Menggunakan Media Sosial.* Pembuat kue mampu menggunakan media sosial (HP) untuk berpromosi kepada khalayak, dengan memanfaatkan link pertemanan dan WA Group.
6. *Perluasan Pasar.* Dimilikinya kemampuan membuat media promosi dan menggunakan media sosial untuk berpromosi menjadikan pembuat kue mampu memperluas pangsa pasarnya. Pada awalnya pangsa pasar kue cemilan yang dijajakannya terbatas pada pengguna jalan yang lalu lalang didepan tempat jualannya. Saat ini, pangsa pasarnya meluas ke link pertemanan dan wa group. Sehingga pangsa pasarnya lebih luas dan berpotensi merambah keluar wilayah perkampungan/ perumahan/kelurahan yang selama ini dijadikan target pemasarannya.
7. *Penjualan Produk.* Sejak melakukan kegiatan promosi dan perbaikan kemasan produk, jumlah konsumennya bertambah, sehingga berdampak pada peningkatan omset penjualan, dan/atau waktu berjualan. Peningkatan omset penjualan ditandai dengan indikator yang berbeda-beda. Dalam tiga bulan berpromosi, diperoleh informasi terjadinya peningkatan penjualan/usaha, meliputi : omset penjualan

meningkat, produk terjual habis lebih cepat, dan pelanggan bertambah. Hanya saja secara kuantitatif peningkatannya tidak tercatat.

## **Pembahasan**

### **Fenomena Usaha Rumahan.**

Usaha rumahan yang dikenal sebagai Usaha Mikro merupakan kelompok usaha yang beranggotakan 1 – 4 orang, memiliki aset usaha maksimal Rp 50 juta, dan omset penjualan tahunan maksimal Rp 300 juta. Berbagai upaya telah dilakukan Pemerintah untuk menumbuhkan usaha mikro dan kecil, namun hasilnya belum seperti yang diharapkan.

Berdasarkan hasil survey tahunan yang dilakukan BPS (2020: 42-44) diperoleh gambaran 65 persen usaha industri mikro kecil mengalami kesulitan dalam menjalankan usaha bisnisnya. Usaha mikro kecil yang lebih dari separoh (54,52%) dijalankan oleh pengusaha berpendidikan SD ke bawah menghadapi kesulitan/kendala terbesar dalam bidang pemasaran (25,78%), permodalan (25,64%), persaingan (14,31%) dan bahan baku (13,84%).

Kondisi itu memunculkan fenomena umum rendahnya kemampuan kreativitas dan keinovasian kewirausahaan usaha mikro dalam mengembangkan usaha bisnisnya, serta rendahnya kemampuan mempromosikan produk yang dihasilkannya. Hal itulah yang melandasi pentingnya pelatihan kewirausahaan (seperti pengemasan produk) dan pelatihan promosi pemasaran untuk membangun kemandirian dan daya saing usaha mikro.

### **Pelatihan.**

Pada tahap kedua, peserta diberikan pelatihan dan praktek tentang teknik pengemasan produk dan teknik promosi pemasaran. Dalam pelatihan pengemasan produk, secara simpel peserta dilatih membuat kemasan, penulisan label, dan gambar kemasan produk yang menarik dan memiliki nilai jual. Sedangkan dalam pelatihan promosi pemasaran, peserta diberikan latihan/praktek pembuatan pesan promosi, pemilihan media promosi, dan melakukan kegiatan promosi pemasaran produk.

### **Hasil Pelatihan.**

Secara ringkas hasil pelatihan pengemasan produk kepada pembuat dan penjual makanan dapat digambarkan :

1. Pelatihan berdampak positif pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan pembuat/pedagang tentang bagaimana membuat kemasan yang higienis dan kemasan yang menarik.
2. Ditemukan fenomena, pada prinsipnya sebagai upaya meningkatkan penjualannya pelaku usaha ingin menjajakan produk yang higienis dengan kemasan yang menarik, akan tetapi terkendala keterbatasan biaya dan penguasaan keterampilan menjadikan pelaku usaha (pembuat/pedagang kue) kurang konsisten melakukan perbaikan kualitas dan kemasan produk yang dihasilkan/dijualnya.
3. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pelatihan menegaskan bahwa pelatihan keterampilan usaha berdampak positif pada kemajuan usaha.

4. Karakteristik dan kemampuan individu pembuat/penjual kue berpengaruh terhadap capaian hasil pelatihan.
5. Karakteristik dan berbagai kendala yang dihadapi pembuat/pedagang makanan dalam upaya memajukan usahanya, mengindikasikan perlunya dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, perguruan tinggi, dan pihak lainnya untuk membantu mengatasi permasalahan usaha mikro kecil.

## **KESIMPULAN**

Pelatihan keterampilan usaha pembuatan kemasan produk yang diberikan kepada pembuat/pedagang kue berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan usaha. Peserta pelatihan memperoleh pengetahuan dan keterampilan dalam membuat kuat yang higienis dan kemasan yang menarik. Perlunya dukungan dari berbagai pihak, baik pemerintah, perguruan tinggi, dan pihak lainnya untuk membantu mengatasi permasalahan dan memajukan usaha mikro kecil.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Boone, L.E. & Kurtz, D.L. (2002). PENGANTAR BISNIS. Terjemahan Fadriyasyah Anwar, dkk. Erlangga. Jakarta.
- Danger, E.P. (1992). MEMILIH WARNA KEMASAN. PT Pustaka Binaman Pressindo. Jakarta.
- Drucker, Peter F. (1996). INOVASI DAN KEWIRAUSAHAAN. Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip. (2000). MANAJEMEN PEMASARAN. Edisi Milenium. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Neumier, Marty. (2003). THE BRAND GAP, HOW TO BRIDGE THE DISTANCE BETWEEN BUSINESS STRATEGY AND DESIGN. Edisi Pertama, New Riders. Januari 2003.
- Schulz, Eric. (2003). THE MARKETING GAME. Erlangga. Jakarta.
- Swastha, Basu. (2014). MANAJEMEN PEMASARAN. BPFE. Yogyakarta.
- Zimmerer, Thomas W., Norman Scarborough., (1996). ENTREPRENEURSHIP THE NEW VENTURE FORMATION. Prentice-Hall International, Inc.