

## Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Untuk Produk Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Usaha Warga Mekarsari Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang

Khasbunalloh<sup>1)</sup>, Nia Kurniasih<sup>2)</sup>

Dosen Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pamulang

[dosen00921@unpam.ac.id](mailto:dosen00921@unpam.ac.id), [dosen02539@unpam.ac.id](mailto:dosen02539@unpam.ac.id)

### Abstrak

Mayoritas warga desa Mekarsari Rajeg yang berprofesi sebagai karyawan swasta yang mana hampir  $\pm 40\%$  diantaranya adalah sudah pensiun kerja, Sehingga banyak diperlukan masukan-masukan kegiatan yang bisa diaplikasikan untuk warga khususnya yang sudah pensiun agar tetap bisa beraktivitas yang menghasilkan. Ibu Fadlah selaku kepala desa Mekarsari Rajeg berharap agar warga khususnya ibu-ibu yang sudah pensiun agar tetap bisa beraktivitas yang menghasilkan. Untuk itu perlu adanya Industri Rumah Tangga yang merupakan salah satu wujud dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang memproduksi barang-barang dan dilakukan dalam rumah serta berskala kecil. Sebagai produk dasar pembahasan pada packaging produk lilin aroma therapy ini dapat menjadi alternatif produk unggulan dan peluang usaha masyarakat desa Mekarsari Rajeg. Mampu memproduksi produk satu hal penting, sedangkan mampu menjual produk adalah hal penting lain yang perlu dikuasai. Dan untuk melengkapi kemampuan menjual tersebut maka tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kami memberikan penyuluhan yang fokus Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Untuk Produk Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Usaha Warga Mekarsari Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang. Untuk menarik konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka perlu strategi dalam pengembangannya, seperti penentuan logo dan moto, menciptakan merek, menciptakan kemasan dan label. Maka sebagai salah satu faktor pendukung pemasaran deterjen cair tersebut diperlukan pemilihan desain kemasan (*packaging*) yang menarik dan ekonomis sebagai identitas produk agar dapat menarik minat beli konsumen.

**Kata Kunci:** Pengabdian Masyarakat, Home Industri, Desain Kemasan

### 1. PENDAHULUAN

Lingkungan desa Mekarsari Rajeg berada di wilayah Kabupaten Tangerang Banten, dengan Ibu. Fadlah sebagai Kepala Desa, memiliki jumlah penduduk sekitar 400 orang.

Rata-rata warga desa adalah pekerja atau karyawan swasta. Yang mana hampir  $\pm 40\%$  diantaranya adalah sudah pensiun. Sehingga banyak diperlukan masukan-masukan kegiatan yang bisa diaplikasikan untuk warga khususnya yang sudah pensiun agar tetap bisa beraktivitas yang menghasilkan.

Berdasarkan survey tim PKM Teknik Industri Universitas Pamulang didapati beberapa kebutuhan dan potensi yang dapat dikembangkan dalam PKM Dosen Teknik Industri.

#### 1. Potensi

- a. Banyaknya warga desa Mekarsari Rajeg yang berprofesi sebagai karyawan swasta yang mana hampir  $\pm 40\%$  diantaranya adalah sudah pensiun kerja.
- b. Perumahan benua indah Bank Sampah yang dikelola oleh ibu-ibu yang sudah memasuki usia senja.

- c. Keinginan masyarakat Keinginan masyarakat warga desa Mekarsari Rajeg untuk mengembangkan produk UMKM.
2. Kebutuhan
  - a. Banyaknya warga desa Mekarsari Rajeg yang sudah pensiun kerja sehingga membutuhkan bimbingan dalam pengenalan pembuatan aneka macam produk.
  - b. Kebutuhan untuk mengembangkan varian produk baru (Detergen, Lilin Aroma Therapy, Teknik Pengemasan, Teknik Pemasaran, dll).
3. Dukungan Perangkat Desa
  - a. Kepala Desa siap menyediakan waktu untuk pelaksanaan PKM Dosen Teknik Industri.
  - b. Kebutuhan dokumen serta administrasi PKM siap di backup oleh perangkat Kelurahan Pabuaran Tumpeng.
  - c. Disediakan tempat untuk pelaksanaan PKM.
  - d. Masyarakat desa Mekarsari Rajeg siap mendukung pelaksanaan PKM.
  - e. Kepala Desa Mekarsari Rajeg siap membangun BumDes untuk menampung semua produk yang dihasilkan oleh masyarakat desa ini.
  - f. Kegiatan pelaksanaan PKM yang berkelanjutan lebih diharapkan oleh kepala desa sehingga masyarakat Desa dapat menjalani usaha secara mandiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 2 dosen terpanggil untuk ikut serta membantu memecahkan persoalan yang dihadapi oleh bangsa Indonesia pada umumnya dan warga desa Mekarsari Rajeg, pada khususnya yaitu dengan mengadakan pembinaan berkelanjutan terhadap masyarakat industri rumah tangga dengan melaksanakan PKM berjudul **“Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Untuk Produk Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Usaha Warga Mekarsari Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang”**.

## **B. Branding, Packaging dan Labelling**

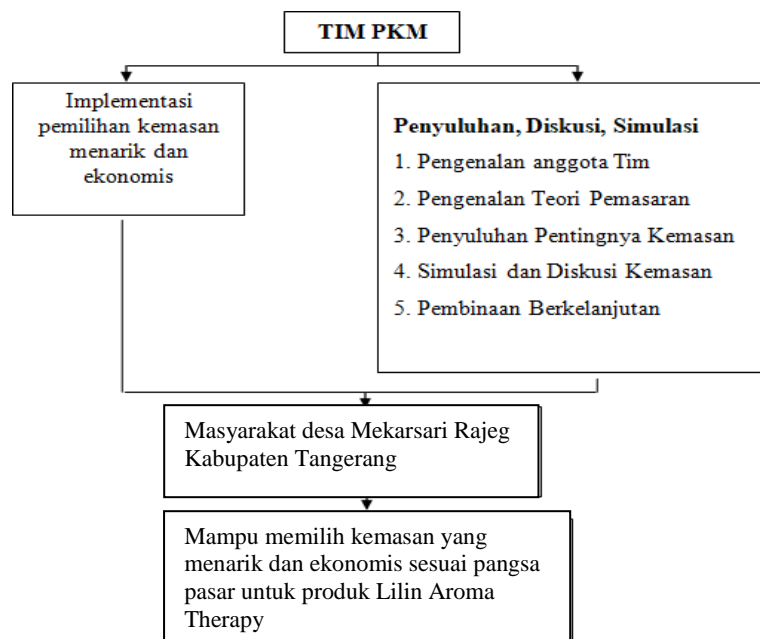
Merek (*Brand*) adalah identitas tambahan suatu produk yang bukan hanya membedakan dari produk pesaing, tetapi juga janji dari produsen kepada konsumen bahwa produk tersebut akan selalu dapat menyampaikan nilai yang diharapkan konsumen dari sebuah produk. Tjiptono menyatakan bahwa merek merupakan aset strategik terpenting seperti perusahaan yang mampu menciptakan nilai atau manfaat bagi pelanggan dan perusahaan (Hakim, L. (2016)). *Brand* tidak hanya sekedar nama dan logo, tetapi janji suatu organisasi kepada konsumen untuk memberikan apa yang menjadi prinsip Brand tersebut serta bermanfaat dalam hal fungsional, emosional, ekspresi diri dan sosial (Irawan, D., & Affan, M. W. (2020)). Merek mulai mendapatkan perhatian khusus setelah para pelaku usaha menilai bahwa brand memiliki peran penting dalam penjualan produk mereka. Brand merupakan aset, memiliki ekuitas dan menggerakkan strategi serta performa bisnis. Strategi merek adalah suatu manajemen brand yang bertujuan untuk mengatur semua elemen brand dalam kaitannya dengan sikap dan perilaku konsumen, atau dapat diartikan sebagai suatu sistem komunikasi yang mengatur semua kontak poin dengan suatu produk atau jasa atau organisasi itu sendiri dengan stakeholder dan secara langsung mendukung bisnis strategi secara keseluruhan (Sutawikara, 2017). *Branding* pada produk *home industry* sangat diperlukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas produk sehingga dapat menarik para calon konsumen untuk membeli produk *home industry* (Karedza & Sikwila, 2017).

Kotler mendefinisikan “*packaging involves designing and producing the container or wrapper for a product*” yang artinya adalah proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi wadah dari sebuah produk. Kemasan merupakan hal yang penting karena dapat juga digunakan sebagai media promosi untuk memikat konsumen sehingga konsumen berkeputusan untuk melakukan pembelian produk yang bersangkutan (Muhammad Yusuf, et al, 2021). Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi pola beli konsumen bagaimana desain kemasan memiliki latar gambar kemasan yang menarik, begitu juga dengan warna kemasan dan font yang digunakan yang berguna untuk mendorong minat belanja konsumen. Dengan data tersebut, dapat dikatakan bahwa *packaging* atau kemasan merupakan salah satu hal yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli suatu produk dari pelaku usaha.

## 2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan pembinaan dan pendampingan masyarakat perumahan benua indah, Kecamatan Karawaci, Kota Tangerang yang dikemas dengan nama kegiatan “**Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Untuk Produk Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Usaha Warga Mekarsari Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang**”

Kerangka pemecahan masalah untuk lebih jelasnya dapat dilihat dalam skema di bawah ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 3.1.** Skema Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Usaha Masyarakat Perumahan Benua Indah.

Dalam menjalankan ini, ada beberapa teknis yang akan dilakukan, diantaranya sebagai berikut:

- Melakukan survey awal ke lokasi dan mengidentifikasi kebutuhan pelatihan.
- Mempersiapkan materi terkait Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Hand Soap Usaha Masyarakat Perumahan Benua Indah.
- Melakukan koordinasi dan perijinan serta melengkapi berkas yang diperlukan kepada pihak terkait baik di lapangan maupun di internal Universitas Pamulang.

- d. Memilih salah satu produk karang taruna yaitu Lilin Aroma Therapy, yang akan dijadikan obyek dalam penerapan Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Usaha Masyarakat Mekarsari Rajeg.
- e. Mempersiapkan media pelaksanaan dan simulasi pelatihan Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy di usaha desa Mekarsari Rajeg.
- f. Melakukan pelaksanaan penyuluhan dan simulasi penerapan Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Usaha Masyarakat desa Mekarsari Rajeg sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan.
- g. Melakukan simulasi Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Usaha Masyarakat Mekarsari Rajeg agar mampu bersaing dengan kompetitor.
- h. Mempersiapkan berkas administrasi serta pelaporan hasil pengabdian kepada masyarakat.

Pembinaan dan penyuluhan Strategi Pemilihan Kemasan Menarik dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Usaha Masyarakat Mekarsari Rjeg ini diharapkan dapat melengkapi wawasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat industri rumah tangga desa Mekarsari Rajeg, Kabupaten Tangerang, Banten agar dapat meningkatkan keuntungan usaha mereka.

Metode pelaksanaan kegiatan yang akan dilakukan untuk mengatasi permasalahan adalah sebagai berikut:

- a. Penyuluhan
- b. Simulasi
- c. Partisipasi Mitra.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- a. Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi:

Pelaksanaan pembinaan dan penyuluhan “Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Untuk Produk Lilin Aromaterapi Untuk Meningkatkan Kreatifitas Dan Usaha Warga Mekarsari Kecamatan Rajeg Kabupaten Tangerang

- i. Pemaparan materi disampaikan oleh instruktur PKM Bapak Khasbunalloh, S.T., M.T. selaku Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang.



(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

**Gambar 4.1** Pemaparan Materi Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Produk Lilin Aroma Therapy Untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Usaha Warga PMekarsari Rajeg

- ii. Melakukan simulasi pemilihan kemasan dan label yang menarik dan ekonomis untuk diterapkan pada produk hand soap. Kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual

produk deterjen cair yang ada. Begitu juga dengan label, label berfungsi menjadi identitas produk agar calon pembeli dapat mengenali produk dengan mudah. Disisi lain kemasan dan label tersebut juga harus mempertimbangkan nilai ekonomis agar tidak terlalu besar membebani harga jual produk.

- iii. Sesi ini disampaikan oleh instruktur PKM Bapak Muhammad Yusuf, S.T., M.M. selaku Dosen Teknik Industri Universitas Pamulang.



(Sumber: Dokumentasi Pelaksanaan PKM)

**Gambar 4.2** Simulasi Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Produk Hand Soap Untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Usaha Warga Perumahan Benua Indah

#### b. Tahap Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan penilaian setelah rangkaian kegiatan dilakukan oleh pelaksana sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan. Salah satu proses evaluasi yang dilakukan tim PKM adalah dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui tingkat pemahaman terkait materi PKM yang sudah disampaikan. Ada tiga instrumen kuesioner yang disertakan dalam form survei, yaitu:

- i. Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik
- ii. Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami
- iii. Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan

Peserta PKM bisa menanggapi instrumen kuesioner tersebut dengan memilih menggunakan skala Likert 1 s/d 5 (Tidak Setuju s/d Sangat Setuju). Berikut merupakan hasil evaluasi terkait pelaksanaan PKM yang sudah dilaksanakan.

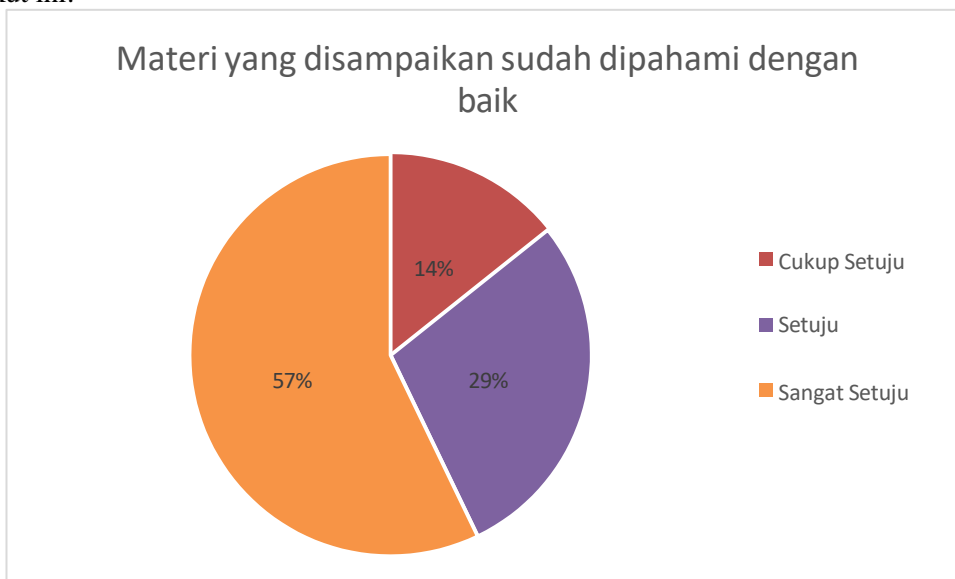
**Tabel 4.1** Hasil Kuesioner Tanggapan Peserta PKM

Instrumen Kuesioner	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Materi yang disampaikan sudah dipahami dengan baik			2	4	8
Penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan kami			1	5	8
Perlu diadakan pelatihan yang berkesinambungan			1	6	7

(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

Dari data tanggapan peserta PKM pada tabel 4.1 di atas bisa disimpulkan bahwa dari keseluruhan peserta yang memberikan tanggapan ada 14% cukup memahami, 29% memahami, dan

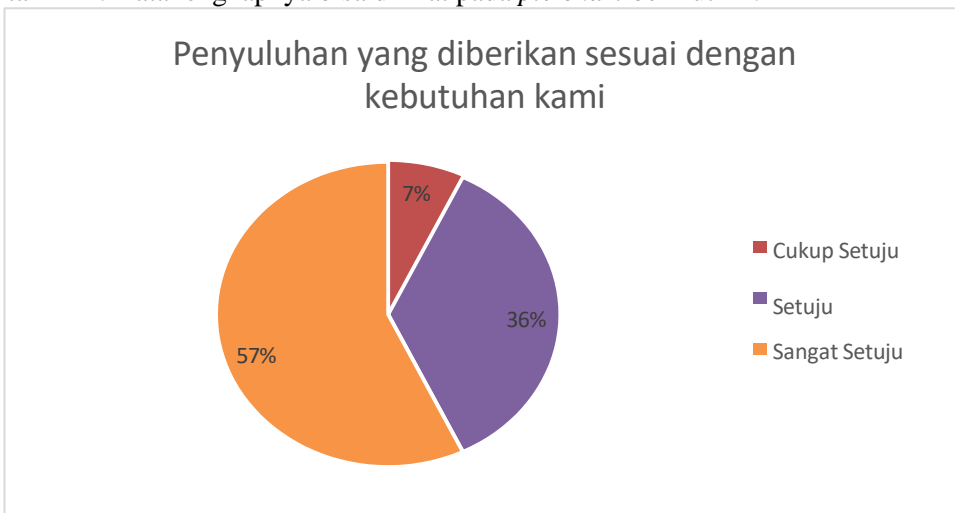
57% sangat memahami materi yang disampaikan. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 4.4** Tanggapan Instrumen Kuesioner Pertama

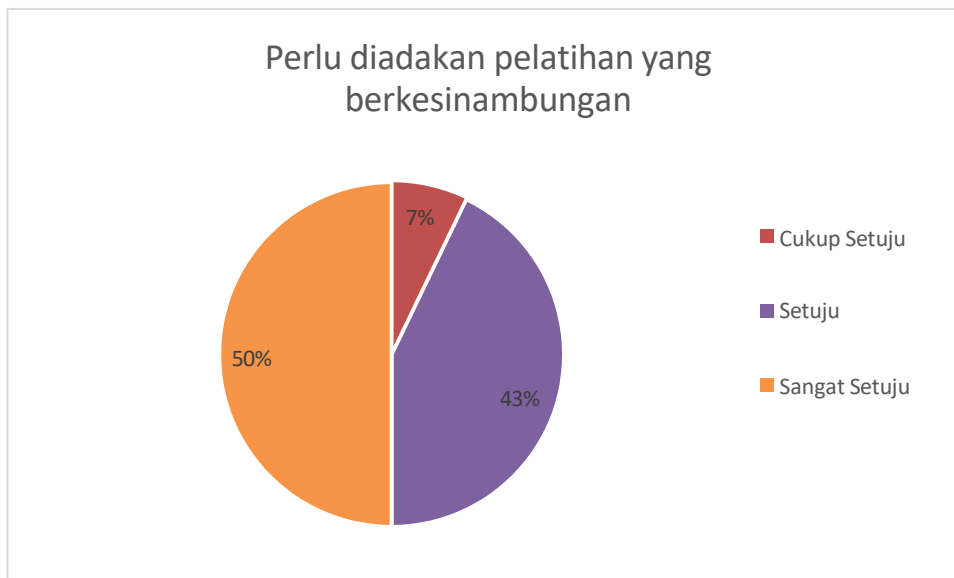
Kemudian untuk instrument kuesioner kedua, ada 7% yang cukup setuju, 36% setuju dan 57% sangat setuju yang berpendapat bahwa penyuluhan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta PKM. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 4.5** Tanggapan Instrumen Kuesioner Kedua

Pada instrumen kuesioner ketiga, ada 7% cukup setuju, 43% setuju dan 50% sangat setuju yang berpendapat bahwa perlu diadakan pelatihan yang berkelanjutan. Data lengkapnya bisa dilihat pada *pie chart* berikut ini:



(Sumber: Hasil Pengolahan Data)

**Gambar 4.6** Tanggapan Instrumen Kuesioner Ketiga

#### 4. SIMPULAN

Kesimpulan dari pelaksanaan PKM dengan tema “Strategi Pemilihan Packaging Menarik Dan Ekonomis Produk Hand Soap Untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Usaha Warga Mekarsari Rajeg” adalah: Pemilihan kemasan dan label yang menarik dan ekonomis untuk diterapkan pada produk Lilin Aroma Therapy sangat bermanfaat bagi peserta. Menurut peserta kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya tarik sebuah produk. Begitu juga dengan label, menurut peserta, label berfungsi menjadi identitas produk agar calon pembeli dapat mengenali produk dengan mudah. Dan ini sesuai dengan paparan materi yang diberikan. Disisi lain kemasan dan label tersebut juga harus mempertimbangkan nilai ekonomis agar tidak terlalu besar membebani harga jual produk.

#### 5. SARAN

Sesuai kuesioner pada tahapan evaluasi diperlukan penyuluhan dan pelatihan berkesinambungan untuk terus membantu masyarakat industri rumah tangga pelaku usaha UMKM, agar dapat bersaing dipasar, dan dapat membantu perekonomian keluarga.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami selaku narasumber mengucapkan banyak terima kasih atas terlaksananya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini kepada seluruh jajaran yang terlibat baik itu dari internal LPPM universitas Pamulang dan masyarakat industri rumah tangga desa Mekarsari Rajeg, Kabupaten Tangerang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Bastian, D. A. (2014). Analisa pengaruh citra merek (brand image) dan kepercayaan merek (brand trust) terhadap loyalitas merek (brand loyalty) ades pt. ades alfindo putra setia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-9.
- Hakim, L. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bpr Sejahtera Batam. *Jurnal Dimensi*, 5(1).
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat*, 1(1).
- Karedza, G., Sikwila, M., & Bhebhe, T. B. (2017). The impact of psychological influences on consumer buying behavior of SMEs' products: a case study of the manufacturing sector in Zimbabwe. *Asian Business Research Journal*, 2, 1-7.
- Mukhtar, S., & Nurif, M. (2015). Peranan packaging dalam meningkatkan hasil produksi terhadap konsumen. *Jurnal Sosial Humaniora (JSH)*, 8(2), 181-191.
- Ridho, M. R., Simanjuntak, P., & Ningsih, D. (2019). PKM Ecommerce, Packaging Design dan Manajemen Pemasaran untuk Usaha Kuliner Kota Batam. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 21-26.
- Sama, H., & Kevin, K. (2021, September). Perancangan dan Penerapan Website Rebranding Destinasi Wisata Kota Batam Pada Oma Tour & Travel. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeSciNTech)* (Vol. 1, No. 1, pp. 691-695).
- Sudarma, M. (2016). Mengembangkan keterampilan berpikir kreatif.
- Sutawikara, E. S. (2017). Nilai Fungsional dan Estetik Kemasan/Wadah Berbahan Bambu Pada Makanan Tradisional Indonesia dan Jepang. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 148-160.
- Yusuf, M., Pulungan, A. N., Sari, R. D. I., Amne, D. P. F., Siregar, R., & Rahmah, M. (2021, March). Ring-opening Polymerization Reaction Mechanism of  $\epsilon$ -Caprolactone Catalyzed by Bis (dibenzoylmethanato) zirconium (IV) Using PM3 Semi-Empirical Method. In *Journal of Physics: Conference Series* (Vol. 1811, No. 1, p. 012057). IOP Publishing.