

Pemberdayaan Umkm Pertanian Melalui Pengembangan Kemasan Berkualitas Untuk Meningkatkan Penjualan Di Desa Ranca Kalapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten

Fredy Dwi Ibnu Saputra¹, Pujiman²
Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri, Universitas Pamulang
Jl. Surya Kencana No.1, Pamulang, Tangerang Selatan, Indonesia 15417
dosen00923@unpam.ac.id, dosen01643@unpam.ac.id

Abstrak

Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sektor pertanian di Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, difokuskan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui pengembangan kemasan berkualitas. Program ini dilatarbelakangi oleh tantangan pemasaran yang dihadapi pelaku UMKM, seperti keterbatasan pengetahuan tentang branding, minimnya inovasi kemasan, serta kurangnya akses terhadap platform pemasaran digital. Penelitian ini dirancang untuk memberikan solusi strategis melalui serangkaian kegiatan, meliputi penyuluhan, pelatihan desain kemasan modern, simulasi pemasaran digital, dan evaluasi implementasi. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan meningkatkan estetika dan fungsi kemasan sebagai alat promosi, tetapi juga membantu UMKM memahami pentingnya strategi pemasaran berbasis teknologi. Melalui penggunaan kemasan yang inovatif dan penjualan digital, produk UMKM diharapkan mampu bersaing di pasar yang lebih luas, menjangkau konsumen secara efektif, dan meningkatkan volume penjualan. Evaluasi terhadap penerapan hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kesadaran dan keterampilan pelaku UMKM dalam merancang kemasan yang menarik serta memanfaatkan platform e-commerce untuk ekspansi pasar. Hasil program ini tidak hanya mendukung pemberdayaan masyarakat Desa Ranca Kelapa, tetapi juga sejalan dengan program pemerintah dalam memperkuat transformasi digital UMKM di Indonesia. Selain itu, kolaborasi antara Universitas Pamulang dan masyarakat desa diharapkan mampu menciptakan dampak sosial yang berkelanjutan melalui peningkatan ekonomi lokal dan pemberdayaan komunitas secara holistik.

Kata Kunci : UMKM Digital, Kemasan Berkualitas, Pemasaran Online

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah atau biasa disingkat dengan UMKM merupakan jenis lapangan pekerjaan dengan jumlah tinggi di Indonesia. Dilansir melalui situs bps.go.id, hingga tahun 2023, 5 lapangan pekerjaan utama dengan jumlah terbanyak di Indonesia terletak pada sektor: 1) Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan, 2) Perdagangan Besar dan Eceran seperti Reparasi dan Perawatan Mobil dan Sepeda Motor, 3) Industri Pengolahan, 4) Penyediaan Akomodasi dan Penyediaan Makan Minum, dan 5) Konstruksi. Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KUKM) Tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64 juta pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 119,6 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha.

Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61%, dan sisanya yaitu 39% disumbangkan oleh pelaku usahabesar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut didominasi oleh pelaku usaha mikro yang berjumlah 98,68% dengan daya serap tenaga kerja sekitar 89%. Sementara itu sumbangan usaha mikro terhadap PDB hanya sekitar 37,8%. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah industri mikro dan kecil (IMK) di Indonesia pada Tahun 2020 sebanyak 4.209.817 usaha. Dari jumlah tersebut provinsi Banten menempati posisi kesembilan dengan jumlah IMK sebanyak 107.677 usaha.

Maraknya pelaku usaha UMKM di Indonesia menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Hal ini menuntut para pelaku UMKM untuk menciptakan produk yang beragam dan menarik. Perkembangan teknologi yang terus berkembang juga menjadikan persaingan produk yang ada didalam pasar semakin kompleks. Dibutuhkan kemampuan lebih dalam membangun strategi pemasaran yang unggul. Oleh karena itu setiap industri terus berupaya merebut pangsa pasar (*market share*). Cara yang dapat dilakukan oleh pelaku industri UMKM salah satunya adalah dengan pencitraan merek yang baik atau biasa disebut *branding*. *Brand* dapat menjadi kekuatan suatu produk dan membedakan dari produk pesaing. *Brand* adalah salah satu atribut yang sangat penting dari sebuah produk yang penggunaannya pada saat ini sudah meluas karena beberapa alasan. Atribut dalam sebuah produk seperti kemasan, penetapan harga dan kesadaran merek cenderung menciptakan dan memperkuat hubungan antara konsumen dan merek.

Pada saat ini kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pengaman produk saja. Melainkan sekaligus merangkap sebagai alat promosi suatu produk. Produk dengan kemasan yang aman dan menarik akan memiliki nilai tambah tersendiri. Selain itu, produk seperti ini akan mendapat peluang pengulangan penjualan lebih besar. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai suatu wadah, kemasan berubah menjadi suatu alat untuk menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dengan pembeli. Melalui desain dalam sebuah kemasan yang dapat meningkatkan nilai lebih dari sebuah produk dengan tidak hanya sebagai sebuah fungsi utama tetapi sebagai sebuah elemen pendukung dari nilai merek atau *branding*.

Kemasan menjadi bernilai lebih penting jika berurusan dengan produk makanan. Kemasan yang menarik dan informatif akan menjadi daya tarik konsumen dalam membeli produk makanan. Apalagi kemasan tersebut memiliki desain dengan komposisi warna yang mampu menarik minat konsumen. Berdasarkan data, konsumen hanya memerlukan waktu 2,5 detik untuk menilai apakah suka pada kemasan di supermarket. Melihat cepatnya waktu yang dibutuhkan untuk menyeleksi sebuah kemasan, pemasar harus menyalasi kemasan agar dapat terlihat menonjol ditengah tumpukan produk lainnya sekalipun dilihat dari kejauhan. Namun, aspek kemasan dalam membantu meningkatkan penjualan produk ini belum diterapkan oleh pemilik UMKM di Desa Ranca Kalapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang.

Desa Ranca Kalapa berada di wilayah kecamatan Panongan kabupaten Tangerang propinsi Banten. Desa dengan jumlah penduduk 9439 ini merupakan salah satu desa yang sedang berkembang di kecamatan Panongan. Luas wilayah desa Ranca Kalapa yaitu 4.710 Km² dengan kepadatan penduduk 1.975. Mempunya kantor desa yang beralamat di Jalan Raya Korelet RT 01 RW 04 No 1 Desa Kecamatan Panongan, Ranca Kalapa, Kec. Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten 15710 saat ini dipimpin oleh seorang Kepala Desa perempuan bernama Linda Gunawan

Desa Ranca Kalapa di Kecamatan Panongan merupakan desa yang cukup potensial untuk dikembangkan. Desa ini terdiri dari beberapa macam warga dilihat dari mata pencahariannya, diantaranya sebagian besar adalah berprofesi sebagai petani yang mengelola sawah dan ladang. Persawahan yang masih cukup luas di desa ini memberikan peluang untuk para petani menjadikan menggantungkan kehidupannya, namun ada beberapa hal yang mereka butuhkan yaitu terkait dengan ketersediaan pupuk, banyak warga yang mengeluhkan selain mahalnya harga pupuk juga sulit untuk mendapatkannya (membeli) karena dibatasi oleh regulasi pemerintah. Sehingga warga desa mengharapkan adanya alternatif untuk ketersediaan pupuk ini, baik pupuk organik maupun kimia yang dapat diproduksi secara mandiri oleh petani warga desa Ranca Kalapa.

Selain itu, warga desa Ranca Kalapa juga berprofesi sebagai pelaku UMKM yang mana produk UMKM yang dihasilkan antara lain Rengginang, Kembang Tahu dan Anyaman Bambu. Hasil UMKM ini masih potensial untuk dikembangkan baik secara kualitas maupun pengelolaannya. Hal yang juga dikeluhkan oleh pelaku UMKM adalah sulitnya memasarkan produk hasil UMKM, warga desa mengharapkan adanya pembinaan terkait dengan pemasaran produk baik online maupun secara langsung ke konsumen.

Untuk generasi muda di desa Ranca Kalapa pada umumnya berprofesi sebagai buruh pabrik, yang mana perludanya pengembangan skil dan keterampilan diluar itu agar dapat mengembangkan kegiatan didesanya. Warga desa Ranca Kalapa jika dilihat dari jenjang pendidikan masih ada yang putus sekolah sampai tingkat SLTA, artinya hal ini harus ditopang dengan kegiatan-kegiatan yang dapat memberdayakan mereka dengan baik.

2. METODE PENGABDIAN

Hal mendasar yang ditawarkan untuk ikut memecahkan masalah adalah melalui kegiatan Sosialisasi “Pemberdayaan Umkm Pertanian Melalui Pengembangan Kemasan Berkualitas Untuk Meningkatkan Penjualan Di Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten”.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten adalah sebagai berikut:

a. Tahap Persiapan

Tahap persiapan yang dilakukan meliputi:

- 1) Survey awal, pada tahap ini dilakukan survei ke lokasi Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang Provinsi Banten.
- 2) Pemantapan dan penentuan lokasi dan sasaran. Setelah survey maka ditentukan lokasi pelaksanaan dan sasaran peserta kegiatan.
- 3) Penyusunan materi pemberdayaan pengembangan kemasan berkualitas.

b. Tahap Pelaksanaan Penelitian

Tahap ini akan diberikan penjelasan mengenai pentingnya Tahap Penyuluhan Untuk melaksanakan kegiatan tersebut digunakan beberapa metode penyuluhan yaitu:

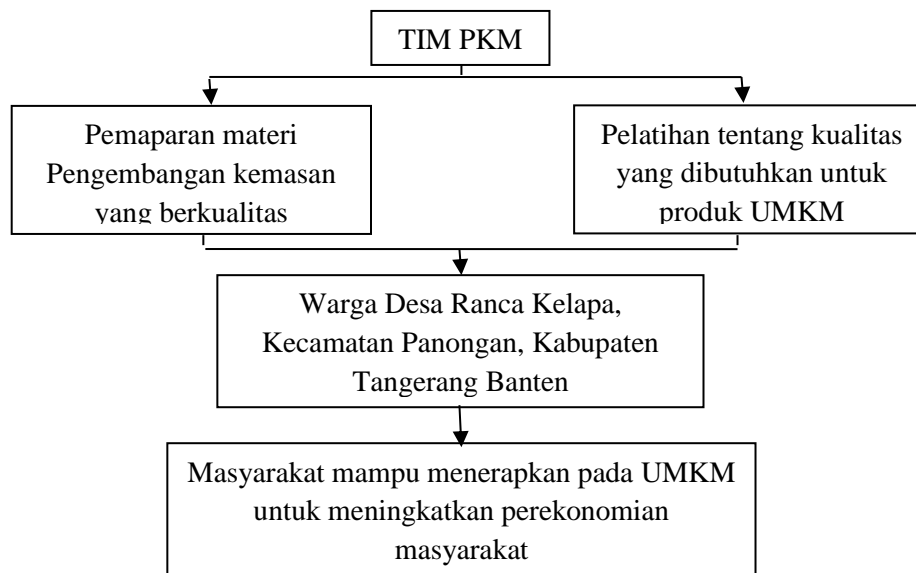
1) Metode Ceramah

Metode ceramah dipilih untuk memberikan penjelasan tentang pemberdayaan pengembangan kemasan berkualitas.

2) Metode Tanya Jawab

Metode Tanya jawab sangat penting bagi para peserta diskusi. Metode ini memungkinkan para peserta menggali pengetahuan sebanyak-banyaknya tentang kemasan yang berkualitas. Dalam metode tanya jawab ini masyarakat bisa bertanya secara langsung dengan para pemateri yaitu para mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang mengenai kemasan yang berkualitas untuk meningkatkan penjualan.

Untuk memudahkan pemahaman maka skema pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. Skema Pengabdian Kepada Masyarakat

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Desa Ranca Kelapa didapatkan bahwa belum sepenuhnya warga di Desa Ranca Kelapa mengerti mengenai pentingnya konsep pembuatan kemasan yang berkualitas untuk meningkatkan penjualan.

Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor pertanian merupakan salah satu strategi penting untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya di wilayah pedesaan. Salah satu aspek yang sering kali kurang diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah pengemasan produk. Padahal, kemasan berkualitas tidak hanya melindungi produk, tetapi juga menjadi alat promosi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik konsumen dan nilai jual.



Gambar 1. Foto TIM Pengabdian Kepada Masyarakat dan Warga Desa Ranca Kelapa

Kegiatan penyuluhan yang menjadi topik utama pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu pentingnya kemasan berkualitas tidak hanya untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi alat promosi yang efektif untuk meningkatkan daya Tarik konsumen dan nilai jual.

Pelaksanaan sosialisasi pemberdayaan UMKM pertanian melalui pengembangan kemasan berkualitas ini dilaksanakan di Desa Ranca Kelapa Kecamatan Panongan, Tangerang, Banten. Untuk mengatasi masalah tersebut, diperlukan pendekatan pemberdayaan yang berfokus pada pengembangan kemasan berkualitas:

1. Pelatihan dan Edukasi:
 - Mengadakan pelatihan tentang desain kemasan, termasuk pemilihan material, warna, dan elemen grafis yang sesuai dengan target pasar.
 - Memberikan edukasi mengenai pentingnya informasi yang tercantum pada kemasan, seperti label halal, kandungan gizi, dan masa kedaluwarsa.
2. Pendampingan Teknis:
 - Melibatkan ahli desain dan branding untuk membantu UMKM menciptakan kemasan yang menarik.
 - Menyediakan konsultasi teknis untuk memastikan bahwa kemasan memenuhi standar keamanan pangan.
3. Akses Pendanaan:
 - Menghubungkan UMKM dengan program pendanaan, baik dari pemerintah maupun lembaga swasta, untuk mendukung pengembangan kemasan.
 - Memberikan subsidi atau bantuan alat produksi untuk UMKM yang membutuhkan.
4. Penguatan Jaringan Pemasaran:

- Memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk dengan kemasan yang telah dikembangkan.
 - Mengikuti pameran produk lokal maupun internasional untuk memperluas pasar.
5. Inovasi Teknologi:
- Mendorong penggunaan teknologi cetak modern dan material ramah lingkungan untuk kemasan.
 - Mengadopsi teknologi QR code pada kemasan untuk memberikan informasi tambahan kepada konsumen.



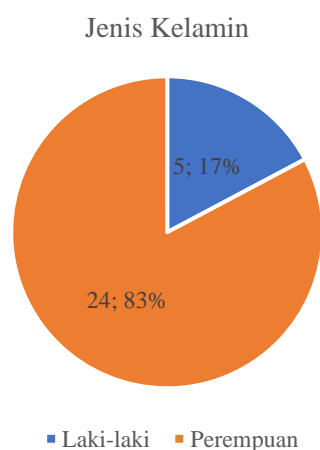
Gambar 2. Foto Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Responden atau peserta yang mengikuti penyuluhan ada 30 responden yang kemudian dilakukan kuesioner mengenai materi yang disampaikan melalui angket. Adapun kategori respondeng sebagai berikut:

1. Kategori jenis kelamin.

Tabel 1. Kategori Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-laki	5
2	Perempuan	24
Total		29

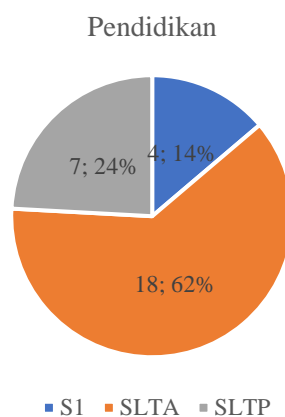


Gambar 3. Grafik Prosentase Kategori Jenis Kelamin

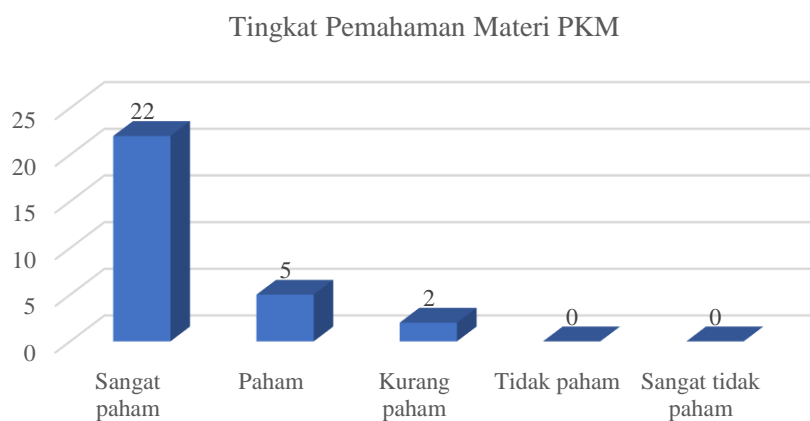
2. Kategori pendidikan

Tabel 2. Kategori Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah
1	S1	4
2	SLTA	18
3	SLTP	7
Total		29

**Gambar 4.** Grafik Prosentase Kategori Pendidikan

Grafik hasil pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranca Kelapa, Panongan, Tangerang, dapat dilihat pada gambar 5 dibawah ini.

**Gambar 5.** Grafik Tingkat Pemahaman Materi PKM

Berdasarkan data grafik tingkat pemahaman materi pengabdian kepada masyarakat di Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten, pada 29 responden maka diperoleh 22 (76%) responden sangat paham, 5 (17%) responden paham dan 2 (7%) responden kurang paham.

4. SIMPULAN

Pemberdayaan UMKM pertanian melalui pengembangan kemasan berkualitas adalah langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, nilai jual, dan kesadaran merek produk lokal. Dengan kolaborasi yang melibatkan pelatihan, pendampingan teknis, akses pendanaan, penguatan jaringan pemasaran, dan inovasi teknologi, UMKM dapat menghasilkan produk dengan kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga fungsional. Kemasan berkualitas memungkinkan UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas, baik di tingkat domestik maupun internasional, serta mendukung pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan di Desa Ranca Kelapa Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten.

5. SARAN

Saran dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini diharapkan kegiatan ini berkesinambungan agar warga Desa Ranca Kelapa, Panongan dapat secara kontinyu membuat dan mengembangkan kemasan berkualitas untuk meningkatkan penjualan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini bisa diselesaikan berkat bantuan rekan-rekan dosen dan mahasiswa Teknik Industri Universitas Pamulang dan peran serta dari masyarakat Desa Ranca Kelapa, Kecamatan Panongan, Kabupaten Tangerang, Banten.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). *Statistik Pertanian Indonesia*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Universitas Diponegoro Press.
- Hidayat, T., & Fadilah, R. (2021). "Pengembangan UMKM Berbasis Digital Marketing". *Jurnal Teknologi Informasi dan Bisnis Digital*, 15(2), 45-60.
- Herlambang, A. (2019). *Branding Produk Lokal: Studi Kasus pada Produk UMKM di Indonesia*. LPPM Press.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2020). *Laporan Tahunan UMKM dan Koperasi*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- OECD. (2021). *SMEs and Entrepreneurship Outlook*. OECD Publishing.
- Pembelian Konsumen". *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 150-165.
- Philip, J., & Nolan, K. (2020). *Sustainability in Packaging: A Global Perspective*. Wiley.
- Pramono, T., & Widodo, S. (2020). "Strategi Peningkatan Nilai Jual Produk Pertanian melalui Kemasan Modern". *Jurnal Inovasi Pertanian*, 10(1), 23-30.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Supriyono, E., & Santoso, A. (2019). "Inovasi Kemasan Produk UMKM: Studi Kasus di Jawa Timur". *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 12-19.
- Setiawan, B., & Arifin, Z. (2022). *Ekonomi Kreatif: Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi*. Andi Publisher.
- Tumewu, F., & Manoppo, E. (2018). "Pengaruh Inovasi Kemasan terhadap Keputusan
- UNCTAD. (2020). *Packaging for Development: Guidelines for SMEs*. United Nations Publications.
- Winarno, B. (2017). *Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Berbasis UMKM*. Graha Ilmu.