

# Transformasi Kemasan dan Pelatihan Pemasaran Online pada IRT Kerupuk Ikan Salmon di Kecamatan Petang

Ni Luh Ratniasih<sup>1\*</sup>, I Gst Agung Ayu Uttami Vishnu P<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Sistem Informasi, Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

<sup>1</sup>ratni@stikom-bali.ac.id, <sup>2</sup>uttamivishnuputri@stikom-bali.ac.id

## Abstract

*The population in Pelaga Village is 6,489 people with a population growth rate of 1.74% per year 2010-2020. The number of residents with a source of livelihood as traders is 170 people. The partner in this activity is one of the Home Industries (IRT) located in Banjar Bukian, Pelaga Village, Petang District. The partner business is engaged in the food sector, namely salmon crackers. The main problems handled in this activity are product packaging that is still simple and partners' lack of knowledge about online marketing. These problems will be handled by improving product packaging and online marketing training. The achievement indicator is the increase in the skills of partner members in terms of product packaging by up to 50%. The result of this service activity is that partners' incomes increase by 70%.*

**Keywords :** *Packaging Transformation, Online Marketing, Fish Crackers.*

## Abstrak

Penduduk di Desa Pelaga berjumlah 6.489 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk pertahun 2010-2020 sejumlah 1,74%. Banyaknya penduduk dengan sumber mata pencaharian sebagai pedagang sebanyak 170 jiwa. Mitra dalam kegiatan ini adalah salah satu Industri Rumah Tangga (IRT) yang terletak di Banjar Bukian, Desa Pelaga, Kecamatan Petang. Usaha mitra bergerak di bidang pangan yaitu kerupuk ikan salmon. Permasalahan utama yang ditangani dalam kegiatan ini adalah kemasan produk yang masih sederhana dan kurangnya pengetahuan mitra tentang pemasaran online. Permasalahan tersebut akan ditangani dengan perbaikan kemasan produk dan pelatihan pemasaran online. Indikator capaian adalah meningkatnya keterampilan anggota mitra dalam hal pengemasan produk hingga 50%. Hasil kegiatan pengabdian ini adalah pendapatan mitra meningkat 70%.

Kata Kunci: Transformasi Kemasan, Pemasaran Online, Kerupuk Ikan.

\*Penulis Korespondensi : Ni Luh Ratniasih

## I. PENDAHULUAN

Kecamatan Petang merupakan sebuah kecamatan di kabupaten Badung, Bali, Indonesia. Kecamatan ini berjarak sekitar 25 Km ke arah utara dari ibu kota kabupaten Badung. Pusat pemerintahannya berada di Desa Petang. Luasnya adalah 115,00 Km<sup>2</sup>. Kecamatan petang terdiri dari tujuh desa/kelurahan, diantaranya Carang Sari, Getasan, Pangsang, Petang, Sulangai, Pelaga, dan Belok. Pada tahun 2020, penduduknya berjumlah 31.013 jiwa. Desa Pelaga merupakan desa terluas diantara tujuh desa/kelurahan di kecamatan Petang

dengan luas 39,27 Km<sup>2</sup>. Jumlah penduduk di Desa Pelaga berjumlah 6.489 jiwa dengan laju pertumbuhan penduduk pertahun 2010-2020 sejumlah 1,74%. Banyaknya penduduk dengan sumber mata pencaharian sebagai pedagang sebanyak 170 jiwa (Nasution, dkk, 2020).

Mitra dalam kegiatan ini adalah salah satu Industri Rumah Tangga (IRT) yang terletak di Banjar Bukian, Desa Pelaga, Kecamatan Petang. Usaha mitra bergerak di bidang pangan yaitu kerupuk ikan salmon. Proses produksi kerupuk ikan salmon sebagian besar dilakukan secara manual tanpa menggunakan alat atau mesin. Pengemasan kerupuk ikan

salmon masih sangat sederhana yaitu menggunakan plastik dengan ukuran 10cmx17cm, 17cmx30cm kemudian diikat dengan pita. Kemasan belum disertakan label sehingga tidak ada identitas dari mitra. Kemasan saat ini dapat mengurangi kerenyahan kerupuk karena tidak kedap udara. Pemasaran produk dilakukan dengan cara tradisional yaitu dengan menjajakan dan menitipkan produk ke warung dan pedagang di pasar, sehingga sasaran pembeli masih terbatas.

Tabel 1. Profil Mitra

No	Uraian	IRT Kerupuk Ikan Salmon*
1	Mulai Usaha	Tahun 2018
2	Hasil Produksi	Kerupuk Ikan Salmon
3	Pendapatan rata – rata perbulan	± Rp. 3.500.000
4	Jumlah produksi	50 - 100 pac/hari
5	Kemasan Produk	Menggunakan plastik dan diikat pita
6	Pemasaran produk	Dititipkan di warung dan pasar

Berdasarkan analisis situasi yang dilakukan, terdapat dua permasalahan yang ada pada mitra pertama kemasan produk yang masih sederhana menggunakan plastik kemudian diikat dengan pita tanpa adanya label kemasan yang disertai identitas mitra. Permasalahan yang kedua kurangnya pengetahuan mitra tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam pemasaran produk. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi mitra, maka dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, solusi yang dapat diberikan adalah perbaikan kemasan produk atau transformasi kemasan dan pelatihan pemasaran online. Perbaikan kemasan dilakukan dengan pemberian alat sealer (mesin pres plastik) untuk membuat kemasan lebih rapi dan menjaga kualitas kerupuk serta pemberian label kemasan sebagai identitas mitra agar lebih menarik. Pelatihan pemasaran online dilakukan untuk menambah pengetahuan mitra tentang pemanfaatan teknologi informasi dalam memaksimalkan pemasaran produk.

## II. METODE

Metode dalam kegiatan pengabdian ini adalah sosialisasi kegiatan, pemberian alat dan transformasi kemasan, dan pelatihan pemasaran.

### a. Sosialisasi kegiatan.

Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan dan

tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan mitra dengan metode pelaksanaan secara daring.

### b. Pemberian alat dan perbaikan kemasan.

Pada tahap ini dilakukan pemberian alat sealer (mesin pres plastik) untuk membuat kemasan lebih rapi dan menjaga kualitas kerupuk serta pemberian label kemasan sebagai identitas mitra agar lebih menarik. Pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai daya tarik suatu produk. Ini karena kemasannya tidak hanya benar-benar eye-catching, tetapi juga pada akhir proses manufaktur yang userfriendly (Rodoni, Ahmad & Abdul Hamid, 2008)

### c. Pelatihan pemasaran online.

Pada tahap ini dilakukan pelatihan online yaitu merupakan sebuah usaha memasarkan produk/bisnis dengan menggunakan perangkat elektronik/internet dengan beragam taktik marketing dan media digital. Pelatihan pemasaran online akan memanfaatkan tool yang disediakan oleh media sosial (facebook). Pelatihan diberikan kepada seluruh anggota mitra dengan metode luring atau bertatap muka secara langsung. Dokumentasi kegiatan berupa foto dan video dibantu oleh tim mahasiswa.

Partisipasi mitra dalam kegiatan ini adalah berperan aktif dalam memberikan bahan yang akan dipasarkan secara online serta berperan dalam kegiatan pelatihan seperti :

1. Pada kegiatan pelatihan, mitra mempersiapkan peserta dan tempat yang akan digunakan dalam pelatihan. Jika pelatihan dilakukan secara daring maka mitra akan mempersiapkan sarana dan prasarana komunikasi daring.
2. Mitra ikut berkontribusi dalam menyediakan produk untuk difoto dan memberikan pendapat terkait desain kemasan.

## III. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Sosialisasi Kegiatan

Sosialisasi dilakukan di awal kegiatan pengabdian untuk menyampaikan bahwa kegiatan pengabdian telah lolos dan dibiayai. Pada pertemuan tersebut telah disampaikan informasi – informasi mengenai latar belakang, target, sasaran dan tujuan kegiatan pengabdian. Indikator – indikator tersebut memiliki satu tujuan prinsip, yaitu meningkatkan kesejahteraan mitra serta meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam melakukan pengemasan dan pelabelan produk. Kegiatan sosialisasi dilakukan secara daring karena kondisi pandemi dengan metode ceramah dan tanya jawab. Kegiatan sosialisasi dilakukan oleh ketua pelaksana, anggota, mahasiswa, pemilik IRT dan karyawan.

## b. Pengadaan Barang/Alat dan Perbaikan Kemasan

Berdasarkan hasil analisa dan diskusi dengan mitra pada saat sosialisasi, terdapat beberapa peralatan yang dibutuhkan untuk membantu kegiatan produksi dan perbaikan kemasan produk. Kegiatan penyerahan barang/alat dilakukan pada bulan kedua. Terdapat beberapa barang/alat yang diberikan kepada mitra adalah sebagai berikut : mesin siller, timbangan, dan plastik kemasan. Pada saat kegiatan penyerahan dan pelatihan alat dilakukan dokumentasi seperti Gambar 1 berikut ini.



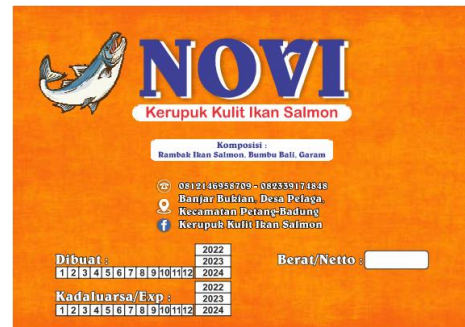
**Gambar 1.** Penyerahan Barang/Alat

Pada tahap ini juga dilakukan perbaikan kemasan produk mitra, dimana pelaksana membuat desain label kemasan sebagai identitas mitra dan mengganti kemasan produk. Identitas mitra sangat diperlukan pada produk untuk lebih memperkenalkan mitra kepada masyarakat. Perbaikan kemasan dilakukan agar dapat meningkatkan kualitas produk sehingga dapat meningkatkan pendapatan mitra.

Desain label dilakukan oleh Ibu Ni Luh Ratniasih, S.Kom.,MT serta pelatihan pelabelan pengemasan produk didampingi oleh Ibu I Gst Agung Ayu Uttami Vishnu P, S.S.T., AK, M.Si. Pengemasan produk yang sebelumnya menggunakan plastik kantong diperbaharui menggunakan plastik bening pp dengan beberapa ukuran diantaranya :

- Ukuran 7x13 cm kemasan kerupuk harga Rp. 1000,-
- Ukuran 7x15 cm kemasan kerupuk harga Rp. 2000,-
- Ukuran 15x20 cm kemasan kerupuk harga Rp. 5000,-
- Ukuran 20x25 cm kemasan kerupuk harga Rp. 10.000,-
- Ukuran 25x35 cm kemasan kerupuk harga Rp. 25.000,-

Kemudian dipres menggunakan mesin siller sehingga kemasan kerupuk menjadi kedap udara. Selama ini semua produk tidak disertakan label sehingga pelanggan tidak mengetahui identitas Mitra. Pada label disertakan nama mitra, bahan utama kerupuk, sosial media mitra, alamat, nomor handphone, tanggal produksi, dan tanggal kedaluarsa.



**Gambar 2.** Desain Label Produk

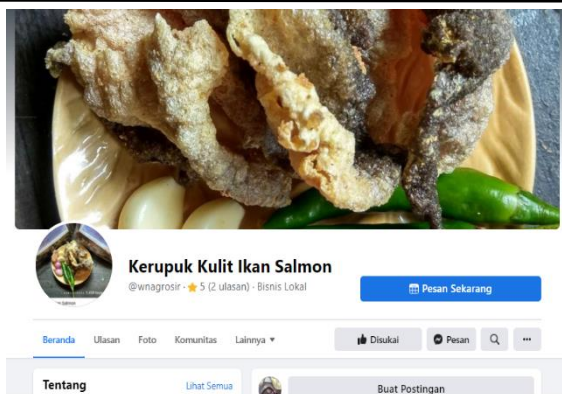
Adapun perbandingan hasil perbaikan kemasan produk mitra dapat dilihat pada Gambar 3.



**Gambar 3.** (Kiri) Kemasan Lama, (Kanan) Kemasan Baru

## c. Pelatihan Pemasaran Online

Pelatihan internet sebagai media pemasaran online dilakukan pada bulan ke-2 dan ke-3. Kegiatan ini diikuti oleh 4 orang peserta yang terdiri dari pemilik dan karyawan Mitra. Kegiatan yang dilakukan dalam pelatihan ini yaitu mempelajari sosial media. Instruktur memperkenalkan sosial media facebook sebagai contoh. Peserta diajarkan membuat membuat account facebook sampai mengoperasikan facebook untuk menjual dan menerima pesanan secara online. Hasil pelatihan pemanfaatan teknologi informasi untuk pemasaran adalah account facebook yang terlihat pada Gambar 4.



**Gambar 4.** Hasil Pelatihan

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, luaran kegiatan pengabdian masyarakat berdasarkan target capaian kegiatan mampu menambah pengetahuan mitra tentang pengemasan dan pelabelan. Luaran kegiatan pengabdian ini adalah :

1. Sebelumnya mitra tidak memiliki alat siller dan timbangan serta belum adanya label kemasan, setelah kegiatan ini mitra memiliki alat siller dan label kemasan yang baru.
2. Sebelumnya mitra tidak memanfaatkan sosial media sehingga masih terbatas masyarakat yang mengetahui produk mitra. Setelah kegiatan ini mitra memanfaatkan sosial media, lebih luasnya masyarakat yang mengetahui produk.

#### **d. Evaluasi Kegiatan**

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengukur dan melihat apakah kegiatan yang telah dilakukan telah sesuai dengan perencanaan dan target luaran. Evaluasi dilakukan dengan cara wawancara dan mengamati langsung untuk mengukur tingkat keberhasilan kegiatan. Hasil evaluasi sementara dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan kegiatan pengabdian pada mitra telah terlaksana sesuai dengan perencanaan serta sosialisasi sebelumnya. Para peserta pelatihan sangat antusias dalam kegiatan ini, hal ini dapat terlihat dari keseriusan dan komitmen mitra sangat tinggi.

## **IV. KESIMPULAN**

Berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah berlangsung maka dapat diambil beberapa kesimpulan yaitu Pada tahap kegiatan ini telah dilakukan pengadaan Barang/alat siller dan timbangan, serta adanya label dan kemasan yang baru. Mitra sudah memanfaatkan sosial media, lebih luasnya masyarakat yang mengetahui produk dan pendapatan mitra hingga 70%.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Ucapana terimakasih disampaikan kepada Bapak Dr. Dadang Hermawan yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan pengabdian. Ibu Dr. Dian Rahmani Putri, S.S., M.Hum sebagai Direktur Penelitian, Pengabdian Masyarakat dan Perpustakaan ITB STIKOM yang telah membantu memfasilitasi hingga pengabdian masyarakat ini selesai dilaksanakan. Ibu Ni Wayan Noviani selaku pemilik IRT kerupuk ikan salmon yang telah memberi kesempatan kepada pelaksana pengabdian masyarakat untuk memberikan pelatihan. Dan seluruh rekan yang telah memberikan dukungan moral kepada penulis.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Nasution, D. A. D., Erlina E., & Muda.I.(2020). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*. 5(2). 212–224.
- Rodoni, Ahmad & Abdul Hamid. (2008). Lembaga Keuangan Syariah. Jakarta Timur.
- D. Harto, S. R. Pratiwi, M. N. Utomo, dan M. Rahmawati, "Penerapan Internet Marketing Dalam Meningkatkan Pendapatan Pada UMKM," *JPPM J. Pengabdian Dan Pemberdaya. Masy.*, vol. 3, no. 1, hlm. 39–45, 2019.
- L. G. S. Kartika, A. S. A. A. S. Antara, dan K. Rinarta, "Penyuluhan Pengemasan dan Pemberian Label Kemasan Pada Usaha Minuman Tradisional di Mangupura Kabupaten Badung," *WIDYABHAKTI J. Ilm. Pop.*, vol. 1, no. 1, hlm. 86–90, 2018.
- Alsuhendra, Ridawati, "Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Label Makanan Bagi Pelaku Usaha Makanan Di Desa Jampang, Kecamatan Kemang, Kabupaten Bogor", *Jurnal Sarwahita* Vol. 14 No. 02 Tahun 2017.