SIPISSANGNGI
Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat
https://journal.lppm-unasman.ac.id/index.php/sipissangngi
ISSN(e): 2775-2054

SIPISSANGNGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

PENINGKATAN MARKET VALUE GULA SEMUT KELOMPOK WANITA TANI MELALUI DESAIN BRAND LABELLING DAN KEMASAN

Article history
Received: 17 September 2024
Revised: 19 September 2024
Accepted: 23 September 2024
DOI: 10.35329/jurnal.v4i3.5808

[1*]Abdul Malik, [1]Miftahul Jannah, [1]Aqshraf Maulana Arsani, [2]Armi Aris, [3]STAIN Majene

[1]Universitas Al Asyariah Mandar, [1]IAI DDI Polman, [1]STAIN Majene

**Corresponding Author*
abdulmalik@mail.unasman.ac.id.

Abstrak

Kemasan dan label memainkan peran yang sangat penting dalam keberhasilan produk, terutama bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam meningkatkan penjualan. Kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk tetapi juga dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam memilih suatu produk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan daya tarik visual dan fungsional kemasan gula semut melalui pengembangan desain kemasan dan label yang lebih profesional. Dengan kemasan yang estetis dan fungsional, diharapkan produk dapat lebih menarik bagi konsumen dan mampu membentuk citra positif di pasar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan library research, yakni dengan mengkaji literatur yang relevan serta mengumpulkan data yang berkaitan dengan desain kemasan dan label gula semut. Produk gula semut sendiri merupakan pemanis alami yang dihasilkan dari gula aren, dan melalui peningkatan kualitas kemasan, diharapkan produk ini bisa lebih dikenal dan diminati oleh konsumen di pasar yang lebih luas.

Kata kunci: *Gula semut, Kemasan, Label*



Gambar 1. Pengemasan dan Labeling Gula Semut Aren

1. PENDAHULUAN

Pohon aren mempunyai potensi ekonomi yang signifikan karena hampir setiap bagiannya dapat dimanfaatkan secara komersial. Buahnya dapat diolah menjadi kolang-kaling, yang digemari oleh banyak orang di Indonesia. Daunnya dapat digunakan sebagai bahan untuk kerajinan tangan dan atap, sedangkan lidi dari daun tersebut sering dimanfaatkan untuk membuat sapu. Akar pohon aren juga berguna sebagai bahan obat. Batangnya menghasilkan ijuk dan lidi yang bernilai tinggi, sedangkan batang yang masih muda mengandung sagu, dapat dimanfaatkan sebagai bahan untuk furnitur. Namun, dari seluruh produk aren, nira dari bunga jantan yang digunakan untuk membuat gula aren memiliki nilai ekonomi tertinggi.

Desa Kelapa Dua, yang terletak di Kecamatan Anrepi, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat, dikenal sebagai salah satu wilayah penghasil gula aren. Beberapa warga di desa ini masih memproduksi gula aren secara tradisional. Gula yang dihasilkan memiliki aroma dan warna khas karena diolah dari pohon enau menggunakan metode tradisional dengan tungku api

Gula yang telah jadi tersebut lalu diolah oleh kelompok wanita tani menjadi gula semut. Gula semut adalah salah satu pemanis alami yang dihasilkan dari gula aren, namun memiliki bentuk yang berbeda. Jika gula aren berbentuk bulat maka gula semut bentuknya lebih mirip tepung atau serbuk.

Produk gula semut ini belum dikenal luas walau sudah memiliki label sebab kelompok wanita tani ini hanya membuat jika ada pesanan yang masuk saja. Mereka tidak memproduksi setiap hari. Pengemasannya pun menggunakan plastik zipper dan labelnya pun masih kurang menarik. Padahal promosi dan kemasan termasuk bagian penting untuk peningkatan produk agar lebih dikenal. Sebab kemasan merupakan salah satu bagian penting bagi tampilan produk.

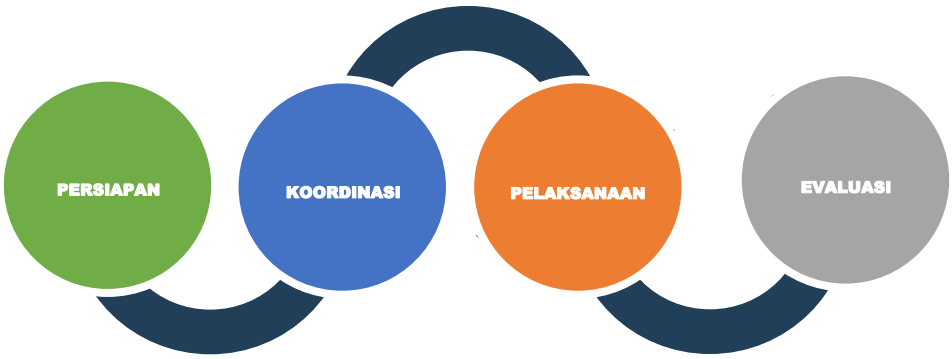
Berdasarkan observasi yang telah dilakukan pengabdian masyarakat dan telah dipublish diantaranya yang dilakukan oleh Lilian Angelina Soesanto, dkk dalam jurnalnya yang berjudul "Perancangan Desain Kemasan Gula Aren Tradisional Produksi desa Margolelo Rowoseneng". Selanjutnya dilakukan oleh mahasiswa Manajemen Pemasaran, Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado, Kota Manado, Enjela Patricia Kaligis dan Mikke R Marentek dalam jurnalnya "Perancangan Media Promosi Produk Gula Semut di Desa Koreng Kabupaten Minahasa Selatan. Dan, Mas'ud Hermansyah dan M. Faiz Firdausi dalam jurnalnya yang berjudul "Peningkatan Market Value Usaha Kecil Menengah (UKM) Gula Merah melalui Desain Brand Labelling dan kemasan".

Agar suatu usaha dapat dibedakan dari para pesaingnya, kemasan dan label memegang peran penting dalam strategi pemasaran dan promosi. Hal ini sangat relevan untuk diterapkan pada kelompok wanita tani di Desa Kelapa Dua, Kecamatan Anreapi, Polewali Mandar. Penggunaan kemasan dan label yang tepat dapat memberikan nilai tambah serta menjadi identitas produk, yang kemudian akan membentuk citra, baik positif maupun negatif. Untuk mencapai keberhasilan pemasaran dan memenuhi harapan konsumen, pemilihan komponen estetika dan fungsional kemasan harus dilakukan dengan cermat. Mengingat masalah yang dihadapi, langkah-langkah yang terstruktur dan terukur perlu diambil sebagai solusi bagi kelompok wanita tani Desa Kelapa Dua, yang merupakan produsen gula semut, guna memperluas pasar dan meningkatkan kualitas produk.

3. METODE

a. Persiapan, mendapat izin langsung dari Kepala Desa dan Kelompok Wanita Tani untuk melakukan observasi langsung di tempat produksi.
b. Koordinasi, kegiatan ini dilaksanakan untuk bekerja sama dalam pembuatan Gula Semut bekerja sama dengan KWT Pada Kita.
c. Pelaksanaan, kegiatan ini dilaksanakan pada Tanggal 12 Agustus 2023 dan Tanggal 7 September 2023 langsung ditempat pembuatan gula semut KWT Pada Kita.

d. Evaluasi diharapkan agar dapat membantu perekonomian masyarakat yang ada dikelapa dua dan produk Gula Semut dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat luar daerah.



Gambar 2. Bagan alur kegiatan

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan **studi pustaka** untuk mengumpulkan dan menelaah literatur yang relevan tentang kemasan dan label produk. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi produksi gula semut, serta wawancara dengan anggota kelompok tani dan pihak-pihak terkait. Data dianalisis menggunakan metode **deskriptif kualitatif,** di mana hasil observasi dan wawancara diolah untuk memahami dampak desain kemasan terhadap peningkatan nilai pasar produk serta implikasi sosialnya. Selanjutnya, data tersebut disajikan dalam bentuk naratif untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai tantangan dan peluang yang ada.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gula semut merupakan salah satu pemanis alami yang terbuat dari gula aren dengan bentuk yang berbeda. Jika gula aren berebntuk bulat maka gula semut bentuknya lebih mirip dengan serbuk ataupun tepung.

Desa Kelapa Dua, Kecamatan Anreapi, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat merupakan salah satu daerah penghasil gula semut. Gula semut ini diproduksi oleh kelompok wanita tani yang ada di desa kelapa dua. Proses pembuatan gula semut mirip dengan pembuatan gula aren, namun membutuhkan waktu yang lebih lama.

Proses pembuatan gula semut, yakni :

1. Diawali dengan mencampurkan gula aren dan air kedalam kuali besar
2. Aduk hingga cair
3. Setelah cair aduk kembali hingga mengental kurang lebih 20 menit
4. Kemudian kecilkan apinya sambil diaduk
5. Aduk terus menerus sambil di tekan-tekan ke permukaan wajan hingga membentuk butiran yang kecil-kecil
6. Setelah itu gunakan saringan halus untuk memisahkan butiran gula semut dari gula yang tersisa
7. Lalu sangrai gula semut tersebut
8. Setelah itu, gula semut itu siap untuk dikemas.

Pengemasan adalah salah satu kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Kemasan juga merupakan salah satu bagian penting bagi tampilan produk. Biasanya fungsi kemasan adalah untuk menjaga produk tapi sekarang

kemasan menjadi faktor penting sebagai alat untuk memasarkan produk. Sebab hal yang pertama dilihat konsumen adalah kemasan sebelum membeli suatu produk.

Hermawan Kartajaya, seorang pakar di bidang pemasaran mengatakan bahwa tekhnologi membuat packaging berubah fungsi, dulu orang bilang "Packaging protect what it sells (Kemasan menjual apa yang dilindungi)." Namun sekarang, "Packaging sells what it protects (Kemasan menjual apa yang dilindungi)." Dengan adanya kemasan yang menarik, diharapkan dapat mempengaruhi konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya karena sebuah kemasan yang menarik akan membawa citra tertentu dalam suatu produk. Terlebih lagi jika kemasannya itu unik dan berbeda dengan produk lainnya akan dapat menarik banyak konsumen.

Secara garis besar, kemasan harus mampu memberikan informasi yang jelas, seperti identifikasi produk, manfaat, cara penggunaan, serta mematuhi ketentuan mengenai label dan iklan. Kemasan yang baik harus menarik perhatian, praktis digunakan, dan dilengkapi dengan label yang mudah dipahami. Desain kemasan dipengaruhi oleh karakteristik produk, proses pembuatan, jalur distribusi, target pasar, serta strategi promosi dan produk pesaing. Selain itu, kemasan berfungsi sebagai penanda, dengan warna yang sesuai dengan isi, ramah lingkungan, dan dapat didaur ulang. Untuk membuat kemasan menarik, desainnya perlu disesuaikan dengan produk, pasar sasaran, serta tren terbaru, dan harus mudah ditampilkan, komunikatif, serta berbeda dari kompetitor. Elemen desain kemasan meliputi bentuk dan grafis. Label berperan penting dalam identifikasi, mendukung pemasaran, dan harus sesuai dengan regulasi. Merek juga menjadi elemen kunci, berfungsi sebagai identitas, pembeda dari kompetitor, serta penjamin mutu.

Kemasan memainkan peran penting dalam meningkatkan penjualan, karena tampilan kemasan yang menarik dapat memberikan kesan khusus bagi konsumen, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan mereka untuk membeli atau tidak membeli produk tersebut. Dengan demikian, desain kemasan yang menarik menjadi faktor utama dalam menarik perhatian konsumen.

Daya tarik kemasan sangat berperan penting agar pesan yang ingin disampaikan oleh produsen dapat diterima oleh konsumen. Daya tarik visual ini berkaitan dengan tampilan kemasan atau label produk, termasuk elemen seperti warna, bentuk, merek, ilustrasi, dan tata letaknya. Umumnya, bentuk kemasan disesuaikan dengan jenis produknya, di mana kemasan yang sederhana lebih diminati daripada yang memiliki desain terlalu rumit.

Label dan kemasan menjadi faktor penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya jual produk. Penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang menarik dapat meningkatkan nilai jual produk sebesar 40% hingga 100% dari harga aslinya.

Label merupakan bagian integral dari kemasan. Menurut Kotler, label dapat berupa tempelan sederhana atau gambar dengan desain yang lebih kompleks, yang menjadi satu kesatuan dengan kemasan.

Label berfungsi sebagai identitas suatu produk yang akan dipasarkan, memudahkan konsumen dalam memilih produk, serta memperkuat branding di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Informasi yang biasanya terdapat pada label mencakup komposisi, merek, legalitas, fungsi, dan petunjuk penggunaan produk.

Salah satu tantangan terbesar dalam penerapan kemasan baru di Desa Kelapa Dua adalah **keterbatasan sumber daya dan keterampilan teknis**. Meskipun kemasan yang menarik terbukti efektif dalam meningkatkan nilai jual, produsen lokal masih menghadapi kendala dalam mengakses teknologi dan bahan yang sesuai dengan standar pasar. Terbatasnya modal untuk investasi dalam peralatan pengemasan juga menjadi penghambat dalam pengembangan usaha.

Selain itu, **perubahan kebiasaan produksi tradisional** menjadi tantangan lain. Produsen yang sudah terbiasa dengan metode lama seringkali mengalami kesulitan untuk beradaptasi dengan desain kemasan dan standar baru. Tantangan tambahan adalah **kurangnya promosi dan distribusi** yang memadai untuk memperluas jangkauan pasar gula

semut ke daerah yang lebih luas. Meskipun demikian, kolaborasi antara produsen, pemerintah lokal, dan lembaga terkait diharapkan mampu mengatasi hambatan ini dan mendukung keberlanjutan usaha gula semut di desa tersebut



a. Kemasan awal



b. Kemasan baru dan Label Baru

Gambar 3. Perbandingan Label dan Merek Produk

5. SIMPULAN

Label dan kemasan merupakan salah satu kunci UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual produk. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat label kemasan, yakni : 1. Efektif, 2. Keamanan pangan, 3. Pengirimannya mudah, 4. Desain aergonomis, 5. Faktor keestetikan, dan 6. Mudah dikenali.

DAFTAR PUSTAKA

Kaligis, E. P., & Marentek, M. R. (2022, July). Perancangan Media Promosi Produk Gula Semut di Desa Koreng Kabupaten Minahasa Selatan. In Prosiding Seminar Nasional Produk Terapan Unggulan Vokasi (Vol. 1, No. 1, pp. 252-261).

Soesanto, L. A., Tanudjaja, B. B., & Banindro, B. S. (2014). Perancangan Desain Kemasan Gula Aren Tradisional Produksi Desa Margolelo Rowoseneng. Jurnal DKV Adiwarna, 1(4).

Herudiansyah, G., Candera, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. Suluh Abdi, 1(2). Jurnal Seni 9.2 (2015): 127-136.

Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. Imajinasi: Jurnal Seni, 9(2), 127-136.

Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di "mas pack" terminal kemasan Pontianak. Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura, 8(2), 67-76.

Suprapto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen), 3(2), 125-133.

Rini, E. S., Arini, N. W. S., & Purnama, I. G. A. V. (2020). Mendesain Ulang Kemasan dan Label Produk Kopi Odah. WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, 2(3), 99-106.

Natalia, I., Mukmin, T. M., & Wardhani, A. (2019). Perancangan Identitas Visual dan Desain Kemasan Gula Semut KSU Jatirogo untuk Wisatawan. Rupaka, 1(2).

Hastati, D. Y., Nuraeni, A., & Kuntari, W. (2022). Penerapan Kemasan Dan Label Untuk Produk Olahan Singkong Di Kelompok Tani Barokah. Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(1), 178-183.

Muslimin, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(1), 91-98.

Firdausi, M. F. (2022, November). Peningkatan Market Value Usaha Kecil Menengah (UKM) Gula Merah Melalui Desain Brand Labelling dan Kemasan. In Progress Conference (Vol. 5, No. 2, pp. 268-274).

.