

INOVASI KEMASAN PRODUK BALI ETAWA FARM

Ni Made Estiyanti¹, Anak Agung Ayu Putri Ardyanti², I Gusti Lanang Agung Raditya³

¹Sistem Informasi Akuntansi STMIK Primakara; ²Teknik Informatika STMIK Primakara; ³Sistem Informasi UNDIKSHA
Email: estiyanti@primakara.ac.id

ABSTRACT

Bali Etawa Farm is a group of farmers who are incorporated in the center of Training and Independent Smallholdings in Sepang Village, Busung Bui District, Buleleng Regency. This group has been making products from processed goat milk for example sticks and cosmetics (soap, shampoo, and face cream). Based on observations, two matters are regarded as root of problems and need to be dealt with and overcome is marketing and sales. We need sell increasing with a new product design. This is one solution which we offer to our partners to solve the problem. Innovating product packaging design is expected to increase the attractiveness of consumers to the products produced. The approach used is a conceptual and participatory approach. The conceptual approach is basically to provide meaningful understanding of concepts to change in behavior and the way of thinking occurs in our partners. A meaningful participatory approach involves all trainees to actively participate when training is conducted. We hope that later they will have skills in the process of making product packaging

Keywords: *packaging design, processed milk, etawa goat*

ABSTRAK

Bali Etawa Farm adalah kelompok petani yang tergabung dalam Pusat Pelatihan Pertanian dan Pedesaan Swadaya (P4S) di Desa Sepang, Kecamatan Busung Bui, Kabupaten Buleleng. Grup ini telah membuat produk dari susu kambing olahan misalnya stik dan kosmetik (sabun, sampo, dan krim wajah). Berdasarkan pengamatan, dua hal yang dianggap sebagai akar masalah dan yang perlu dihadapi dan diatasi adalah pemasaran dan penjualan. Kita perlu meningkatkan penjualan dengan desain produk baru. Ini adalah salah satu solusi yang kami tawarkan kepada mitra kami untuk menyelesaikan masalah. Desain kemasan produk yang inovatif diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan konseptual dan partisipatif. Pendekatan konseptual pada dasarnya adalah untuk memberikan pemahaman yang bermakna tentang konsep untuk mengubah perilaku dan cara berpikir terjadi pada mitra kami. Pendekatan partisipatif yang bermakna melibatkan semua peserta pelatihan untuk berpartisipasi aktif ketika pelatihan dilakukan. Kami berharap nantinya mereka akan memiliki keterampilan dalam proses pembuatan kemasan produk.

Kata kunci: desain kemasan, olahan susu, kambing etawa

PENDAHULUAN

Kelompok peternak kambing di Desa Sepang Busungbiu Kabupaten Buleleng tersebar di beberapa lokasi yang berjumlah 21 peternak. Kelompok peternak kambing ini merupakan binaan Dinas Pertanian dan Peternakan Pemerintah Provinsi Bali, sejak tahun 2011 hingga saat ini pada program sistem pertanian terintegrasi (SIMANTRI).

Hasil dari ternak kambing saat ini, selain daging, adalah kotoran yang digunakan untuk pupuk, dan susu murni yang dijual mentah. Selain itu terdapat produk olahan susu kambing seperti stik susu kambing dan kosmetik berbahan baku susu kambing etawa (sabun, shampoo, dan krim wajah).

Kelompok masyarakat peternak ini tergabung dalam Pusat Pelatihan Pertanian

dan Pedesaan Swadaya (P4S) Sumber Rejeki Desa Sepang Kecamatan Busungbiu Kabupaten Buleleng. P4S Sumber Rejeki ini dipimpin oleh Bapak I Wayan Wardana. Jumlah anggota pada kelompok P4S Sumber Rejeki ini berjumlah 30 orang yang terdiri dari peternak kambing, ibu rumah tangga yang dilatih untuk memproduksi maupun mengemas produk-produk hasil olahan susu kambing. Selain itu terdapat petani cengkeh dan kopi juga ikut tergabung dalam kelompok P4S Sumber Rejeki ini. Rata-rata usia anggota kelompok mitra adalah 30-50 tahun. P4S Sumber Rejeki ini akan menjadi kelompok mitra pada kegiatan ini.

P4S Sumber Rejeki berfokus pada pemberdayaan ternak kambing. Kambing Etawa menjadi komoditi utama pada kelompok peternakan ini, karena menghasilkan susu yang baik, sekitar 3 liter perhari. Selain itu kambing etawa merupakan kambing pedaging yang lebih banyak. Produk olahan berbahan baku susu hasil ternak kambing etawa telah dihasilkan oleh kelompok masyarakat yang tergabung dalam P4S Sumber Rejeki ini. Produk-produk yang dihasilkan seperti snack stik susu, kosmetik sabun dan shampoo alami. Produk-produk olahan susu kambing etawa yang dihasilkan ini kemudian di-branding dengan nama Bali Etawa Farm.

Berbagai pelatihan terkait peternakan dan pengolahan hasil ternak telah diikuti oleh kelompok P4S Sumber Rejeki ini, baik pelatihan yang diberikan oleh dinas Kabupaten maupun dinas Provinsi. Pelatihan yang diberikan masih terkait aspek peternakan dan aspek pengolahan hasil ternak. Dari hasil pelatihan-pelatihan yang diperoleh, kapasitas produksi kelompok mitra khususnya kosmetik sabun

saat ini mencapai 800pcs tiap harinya, sedangkan untuk sabun mampu memproduksi 300 botol tiap harinya. Kapasitas produksi snack stik susu kambing saat ini yang diproduksi oleh kelompok mitra mencapai 300kg.

Berdasarkan hasil pelatihan yang diikuti, menyebabkan meningkatnya kapasitas produksi kelompok P4S Sumber Rejeki. Peningkatan kapasitas produksi ini menimbulkan masalah baru bagi kelompok mitra terkait pemasaran dan penjualan produk hasil produksi yang berupa snack stik susu dan kosmetik berbahan baku susu kambing etawa.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pengelola P4S Sumber Rejeki, terkait permasalahan yang dihadapi kelompok mitra kegiatan adalah belum optimalnya pemasaran dan penjualan produk olahan susu kambing etawa. Pada produksi kosmetik sabun dan shampoo penjualan saat ini hanya dilakukan pada rekanan yang telah dikenal saja. Belum dijual untuk konsumen masyarakat umum atau dilakukan kerjasama dengan retail. Hal ini disebabkan karena izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) belum diperoleh oleh produsen. Namun produk kosmetik sabun dan shampoo etawa ini telah dilakukan pengujian alkali oleh Balai Pengkajian Teknologi Pertanian (BPTP) Bali, dan hasilnya kandungan alkali sebesar 0,1% sehingga aman untuk digunakan.

Berdasarkan observasi di lokasi P4S Sumber Rejeki. Produk snack berupa stik susu kambing permasalahannya juga terletak pada pemasaran dan penjualan. Hal ini terkait pada desain packaging atau kemasan yang kurang menarik minat

konsumen serta pemasaran produk dilakukan pada saat mengikuti pameran saja. Kelompok P4S belum berani untuk memproduksi masal produknya, dikarenakan kemampuan untuk memasarkan produk belum dimiliki kelompok P4S Sumber Rejeki.



Gambar 1. Produk Hasil Olahan Susu Kambing Etawa dengan Kemasan Lama

Masalah utama kelompok mitra kegiatan P4S Sumber Rejeki, yang ditelusuri dalam kegiatan ini adalah pada pengemasan produk yang kurang menarik, pemasaran dan penjualan produk yang terbatas. Melihat kondisi bahan baku susu kambing etawa yang melimpah, dan kapasitas produksi yang besar mampu dilakukan oleh kelompok P4S Sumber Rejeki. Namun produk hasil olahan susu kambing etawa yang dihasilkan P4S Sumber Rejeki belum memberi dampak signifikan dalam pemasaran, karena konsumen yang dimiliki masih terbatas. Faktor ini berhubungan dengan target pasar. Hal tersebut menyebabkan jumlah produksi olahan susu kambing etawa sulit ditingkatkan. Jumlah produksi yang terbatas ini berdampak langsung pada rendahnya penghasilan kelompok ternak kambing etawa.

Berdasarkan hal tersebut maka skala prioritas yang dilakukan dalam Program Kemitraan bagi Masyarakat ini adalah mengubah desain produk (re-design) yang

bertujuan untuk menarik minat konsumen membeli produk. Dhir, et al (2012) mendefinisikan proses kemasan melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi. Fungsi utama dari kemasan yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya. Desain kemasan yang meliputi desain grafis, struktur desain, dan informasi produk memberikan pengaruh cukup tinggi (57,2%) terhadap pembelian tanpa rencana (impulsive buying). (Banerjee, et al, 2012).

METODE

Kegiatan yang dilaksanakan, bertujuan untuk meningkatkan nilai dan kualitas produk hasil olahan susu kambing etawa khususnya sabun, shampoo, dan snack, serta teknik kreatifitas pemasaran. Berdasarkan hal tersebut maka jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan konsep dan partisipatif. Pendekatan konsep pada dasarnya adalah untuk memberikan pemahaman konsep yang bermakna sehingga terjadi perubahan perilaku dan cara berfikir pada kelompok mitra (Soewandhi, 2010). Pendekatan partisipatif bermakna melibatkan seluruh peserta pelatihan untuk berpartisipasi aktif ketika pelatihan keterampilan dilakukan. Pendekatan konsep yang dilakukan dalam kegiatan ini melalui pemahaman terkait desain dan branding produk. Dalam kegiatan ini, pelaksana kegiatan mengundang beberapa praktisi antara lain pakar dibidang desain dan branding kemasan produk, serta pakar teknik pemasaran inovatif.

Pelatihan terdiri dari dua tahapan. Tahap awal yaitu pelatihan desain dan branding produk. Pada proses pelatihan ini kelompok mitra didampingi pakar desain

dan branding. Pelatihan awal yang telah dilakukan menghasilkan branding produk baru dengan nama Bali Etawa Farm, yang telah disepakati dengan kelompok mitra. Tujuan dari penggantian brand agar produk dapat menembus pasar internasional atau menjadi produk ekspor. Selain itu dari pelatihan desain kemasan diperoleh hasil kemasan yang baru, yang lebih bagus, kekinian, yang menarik minat konsumen untuk membeli produk Bali Etawa Farm.

Tahap selanjutnya pelatihan pemasaran inovatif. Pelatihan didampingi oleh pakar sales management. Pendampingan pakar diperlukan karena untuk memberikan teknik-teknik pemasaran yang tepat untuk menjual produk kosmetik yang belum memiliki ijin BPOM. Salah satunya dengan cara mengikuti pameran (expo) khususnya pameran produk UMKM khas Bali, maupun pameran kecantikan. Bekerjasama dengan penyedia jasa kecantikan (salon & spa), melakukan konsinyasi dengan perusahaan kosmetik yang telah besar namanya seperti Bali Alus, Bali Tangi, Bali Ratih.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Realisasi penyelesaian masalah untuk aspek inovasi dan kualitas produk dalam kegiatan ini dilakukan dengan memberikan pelatihan manajemen produksi dan inovasi produk. Memberikan sosialisasi dan pemahaman mengenai manajemen produksi. Tujuan dari kegiatan ini untuk memberikan pemahaman mitra mengenai pentingnya proses dan hasil produksi agar sesuai dengan permintaan konsumen. Selanjutnya dilakukan sosialisasi terkait kemasan dan branding produk. Selanjutnya oleh tim pelaksana kegiatan memberikan

desain kemasan baru dan label desain yang baru. Produk sesudah dilakukan inovasi kemasan dapat dilihat pada gambar 2 berikut.



Gambar 2. Kemasan dan Desain Baru Produk Bali Etawa Farm

Hasil produk inovatif ini juga telah dipamerkan dalam Buleleng Festival 2019 dan Pameran Pembangunan Kota Singaraja dalam rangka memperingati HUT Kemerdekaan Republik Indonesia. Buleleng Festival 2019 yang diselenggarakan selama 5 hari mulai tanggal 6 Agustus 2019 hingga 10 Agustus 2019. Hal menarik terjadi pada saat mengikuti pameran antara lain, respon pemerintah khususnya Dinas Pertanian Kabupaten Buleleng ketika melihat produk ini sangat terkesan, begitu juga pengunjung yang melihat produk ini sangat antusias dan membeli produk inovatif tersebut. Kegiatan pameran yang diikuti kelompok mitra dapat dilihat pada gambar 3 berikut.



Gambar 3. Pameran Hasil Produk Inovatif

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait Inovasi Kemasan Produk Bali Etawa Farm telah berhasil dilaksanakan. Adapun hasil kegiatan ini menghasilkan beberapa solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra kegiatan yakni pada kemasan produk dan manajemen pemasaran. Hasil diperoleh adalah peningkatan keterampilan dalam pembuatan kemasan produk. Peningkatan

Omzet terhadap kelompok mitra, dilihat dari minat konsumen terhadap produk dengan kemasan baru yang dihasilkan. Sebanyak 283 produk dengan kemasan baru telah berhasil dijual pada saat mengikuti pameran Buleleng Festival 2019 yang berlangsung hanya 4 hari, dengan omzet penjualan sebesar Rp.17.200.000,-.

DAFTAR RUJUKAN

- Banerjee Sonali & Sunetra Saha. 2012. Impulse Buying Behavior in Retail Store Triggering the Sense. *Asia Pasific Journal of Marketing and Management Review*, Vol. 1 No. 2, ISSN 2319-2836.
- Dhir Swela & Bhavana Sharma. 2012. Packaging: Changing with the Change. *International Journal of Research in Management*. July 2012, Issue, Volume 4.
- Soewandhi, Nurono Sundani. 2010. Sebuah Pemikiran Tentang Diseminasi Karya Pengabdian Kepada Masyarakat Perguruan Tinggi Indonesia. *Majalah Aplikasi Iptekes Ngayah*, 1(1), 2010, 2-12.