

## PkM Meningkatkan Nilai Jual Gula Aren Melalui Kemasan Yang Menarik

Irma Christiana<sup>1</sup>, Linzzy Pratami Putri<sup>2</sup>, Riska Ramadani<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : [irmachristiana@umsu.ac.id](mailto:irmachristiana@umsu.ac.id)

**Abstract:** The limited knowledge of business owners about product marketing causes the selling value of palm sugar product produced by The Pematang Guntung Village community to be low of the article, and the research results / conclusions of the study results. The service aims to provide training in making attractive packaging that can attract buyer's interest of palm sugar becomes high. With a high selling value is expected to increase the income of palm sugar business owners. The method used in this service is the lecture and demonstration method. After being packaged properly and labelled with palm sugar it looks attractive and higiniies.

**Keyword:** packaging; brand label; palm sugar

**Abstrak:** Terbatasnya pengetahuan pemilik usaha tentang pemasaran produk menyebabkan nilai jual produk gula aren yang diproduksi masyarakat Desa Pematang Guntung menjadi rendah. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pelatihan pembuatan kemasan yang menarik yang dapat memikat minat pembeli sehingga nilai jual dari produk tersebut menjadi tinggi. Dengan nilai jual yang tinggi diharapkan dapat meningkatkan pendapatan pemilik usaha gula aren. Metode yang digunakan pada pengabdian ini adalah metode ceramah dan demonstrasi. Setelah dikemas dengan baik dan diberi *brand*, gula aren tampak menarik dan bersih.

**Kata Kunci :** kemasan; brand label, gula aren

## PENDAHULUAN

Tanaman aren merupakan salah satu komoditas agribisnis ternyata dapat menghasilkan sekitar 60 jenis produk bernilai ekonomi dan berpotensi untuk di ekspor. Salah satu produk andalan tanaman aren yaitu gula aren dalam bentuk gula cetak (gula merah), gula semut ataupun gula Kristal. Aren juga berperan sebagai pensuplai energy dan komponen pelestarian lingkungan (Smits 2004)

Gula aren atau gula merah adalah pemanis yang dibuat dari nira yang berasal dari tandan bunga jantan pohon enau. Gula aren ini lebih cocok dipakai sebagai pemanis pada masakan, contohnya sebagai campuran bumbu rujak, cuko pempek, serta ditambahkan untuk sambal agar rasanya tidak terlalu pedas.

Desa Pematang Guntung yang terletak di Kecamatan Sei Rampah Kabupaten Serdang Bedagai merupakan salah satu desa di Sumatera Utara yang sebagaian masyarakatnya menjadikan gula aren sebagai industry rumahan. Gula aren dari Desa Pematang Guntung memiliki kualitas yang unggul karena memiliki rasa manis yang khas dan juga tanpa bahan pemanis buatan. Namun sangat disayangkan, dengan hasil produk yang berkualitas, tetapi produk tidak dikemas dengan baik sehingga kurang menarik minat konsumen untuk membelinya.

Kemasan produk menjadi hal yang penting dan efektif untuk mendorong pembelian. Kemasan tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk makanan atau minuman agar terhindar dari kotoran, debu, udara, benturan dan sinar matahari, tetapi juga sebagai alat promosi dan menarik minat pembeli (Willy Willy 2019).

Melalui tampilan suatu kemasan, konsumen dapat mencoba memahami isi pesan yang disampaikan melalui kemasan produk tertentu, kemasan selalu memberikan dampak yang baik dan berarti bagi konsumen, bahkan konsumen rela membayar lebih banyak / lebih mahal untuk produk yang berkemasan lebih cantik, menarik, berbeda dan unik dari produk sejenis (Masayu Endang Apriyanti 2018). Tampilan kemasan suatu produk memiliki dampak di mata konsumen, kemasan memberikan citra atau kesan yang jelas di mata konsumen sehingga konsumen dapat memilih untuk membeli suatu produk atau tidak.

Karena belum memiliki kemasan dan tidak disertai label informasi mengenai produk sehingga harga jual dari gula aren hasil produksi masyarakat Desa Pematang Guntung masih rendah meskipun kualitas produknya baik. Pemasarannya hanya dilakukan dari mulut ke mulut, sehingga omset penjualannya pun terbatas. Padahal kemasan merupakan salah satu alat pemasaran atau

marketing yang berguna untuk meningkatkan minat beli konsumen. yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu (Yana Erlyana 2019)

Permasalahan ini menyebabkan produk kurang menarik, produk kurang diminati konsumen sehingga omset penjualan rendah. Untuk itu, diperlukan suatu kegiatan pelatihan tentang pembuatan kemasan yang menarik atau *branding* yang menarik guna meningkatkan nilai dari produk gula aren sehingga dapat meningkatkan jumlah omset atau pendapatan masyarakat.

## METODE

Pengabdian ini menggunakan metode ceramah dan metode demonstrasi terkait dengan pembuatan kemasan yang menarik untuk gula aren. Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan terlebih dahulu survey dengan pengamatan langsung di lokasi dan melakukan wawancara dengan pemilik usaha gula aren. Beberapa pemilik usaha gula aren yang dijumpai mengaku bahwa selama ini penjualan hanya dilakukan kepada orang – orang disekitar rumah dan dalam kapasitas kecil. Produk juga tidak memiliki nama *brand* maupun kemasan khusus. Selanjutnya meminta izin dan berkoordinasi dengan Kepala Desa Pematang Guntung untuk melaksanakan kegiatan pelatihan pembuatan kemasan. Tahap berikutnya adalah menyebarkan undangan pelatihan kepada beberapa pemilik usaha gula aren dan mempersiapkan bahan-bahan serta peralatan yang diperlukan untuk pelatihan. Selanjutnya melaksanakan pendampingan pelatihan atau praktek proses pembuatan kemasan gula aren yang menarik.

## HASIL

Kegiatan pengabdian diawali dengan tahap persiapan yaitu melakukan koordinasi dengan kepala desa dan mitra untuk menentukan peserta dan kegiatan awal ataupun jadwal yang harus disusun. Pada tahap awal kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan kegiatan penyuluhan atau sosialisasi. Kegiatan ini dilakukan dengan metode ceramah, Tanya jawab dan diskusi.

Tim pengabdian terlebih dahulu memberikan pemahaman bahwa potensi yang dimiliki pada industri gula aren ini bisa lebih dikembangkan menjadi produk yang bernilai tinggi. Oleh karena itu perlu adanya inovasi terutama memperbaiki kemasan. Pengemasan produk tidak hanya bertujuan untuk menjaga kualitas, namun juga dapat meningkatkan nilai dari produk tersebut. Produk dengan kemasan

yang menarik yang dilengkapi dengan *contact person* serta alamat penjual akan lebih diminati oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap bahwa produk dengan kemasan yang menarik pasti mempengaruhi kualitas dari produk itu.



Gambar 1. Gula Aren

Tim pengabdian memberikan pelatihan dalam pembuatan kemasan dan merek pada gula aren Desa Pematang Guntung. Dengan harapan agar produk memiliki identitas dan dapat dikenal oleh konsumen. Selain itu, melakukan pembenahan pada kemasan agar terlihat menarik. Tim pengabdian juga membuat *brand* label yang sudah tertera alamat serta kontak pemilik usaha dan selanjutnya *brand* label ditempel pada gula aren kemudian dikemas menggunakan *plastick wrapping stretch*.



Gambar 2. Kegiatan Pembuatan Kemasan Gula Aren

Atribut produk seperti kemasan dan merek merupakan hal yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Atribut produk juga dapat membedakan produk kita dengan produk pesaing.



Gambar 3. Contoh *Brand Label*



Gambar 4. Gula Aren Yang Dikemas dan Diberi Merek

Dari gambar 4 dapat terlihat produk gula aren terlihat lebih menarik dan bersih sehingga dapat memikat minat konsumen untuk membelinya. Lewat kemasan, calon pembeli akan terpengaruh apakah akan membeli atau tidak. Sehingga diharapkan dapat meningkatkan nilai jual dari produk gula aren tersebut.

## KESIMPULAN

Pengabdian telah dilaksanakan dengan baik dan tanpa halangan suatu apapun. Dengan pelatihan ini pemilik usaha semakin paham tentang atribut suatu produk dan mampu mengaplikasikan pengelolaan manajemen usaha yang baik pada produknya. Untuk pengabdian selanjutnya diharapkan tidak hanya terbatas pada pelatihan tentang kemasan dan *brand label* tetapi terkait dengan *marketing mix*. Sehingga dapat membantu meningkatkan nilai jual produk gula aren.

## DAFTAR PUSTAKA

- Masayu Endang Apriyanti. 2018. "Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan." *Jurnal Sosio E-kons* 10(1): 20–27. [https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons/article/view/2223](https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons/article/view/2223).
- Smits, W. 2004. "Pengalaman Pengembangan Tanaman Aren Untuk Konservasi Lahan Dan Lingkungan Hidup." In *Seminar Pengembangan Aren*, Tondano.
- Willy Willy, Siti Nurjanah. 2019. "Pengaruh Kemasan Produk Dan Rasa Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi." *Jurnal*

*Ilmu Manajemen* 8(2): 65–74. [https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu\\_manajemen/article/view/1820](https://jurnal.um-palembang.ac.id/ilmu_manajemen/article/view/1820).

Yana Erlyana. 2019. “Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model VIEW: Studi Kasus Keripik Maichih.” In *SENADA (SEMINAR NASIONAL DESAIN DAN ARSITEKTUR)*, Denpasar, 302–8. <https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/203>.