

Peningkatan Nilai Jual Susu Kefir Melalui Inovasi Kemasan Di Desa Giripurno

Alfina Noviyani, Renova Panjaitan, Erwan Adi Saputro*

Program Studi Teknik Kimia, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

*Korespondensi: erwanadi.tk@upnjatim.ac.id

Abstrak

Kemasan merupakan salah satu hal penting dalam pengolahan sebuah produk. Kemasan memiliki peranan yang besar dalam mempengaruhi minat konsumen. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk membantu kelompok Ibu-Ibu Dasawisma Giripurno membuat kemasan susu kefir yang unik dan menarik sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan daya tarik dari susu kefir. Metode pelaksanaan kegiatan adalah pendidikan masyarakat kepada kelompok Ibu-Ibu Dasawisma Giripurno untuk membuat kemasan dan logo suatu produk khususnya susu kefir Giripurno. Hasil dari kegiatan ini 85% peserta pelatihan dapat memahami branding produk dan 78% peserta pelatihan dapat membuat label, kemasan, brosur dan social media sebagai strategi pemasaran produk. Kegiatan penyuluhan tersebut dapat meningkatkan pemahaman peserta terhadap *branding* produk.

Kata kunci: Kemasan, Label, Susu

Abstract

Packaging is one of the important things in the processing of a product. Packaging has a big role to influence consumer interest. This training aims to help the group of Dasawisma Women to make a unique and attractive kefir milk packaging. The packaging can increase the selling value and attractiveness of kefir milk. The implementation method is community education for the Dasawisma Giripurno Women's group to create packaging and logos for products, especially Giripurno kefir milk. As a result of this activity, 85% of training participants were able to understand product branding and 78% of training participants were able to create labels, packaging, brochures and social media as a product marketing strategy. This outreach activity can increase participants' understanding of product branding.

Keywords: Packaging, label, milk

Submit: September 2023

Diterima: Oktober 2023

Publis: November 2023



Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International (CC-BY-NC-ND 4.0)

1. Pendahuluan

Desa Giripurno merupakan salah satu desa di Kecamatan Bumiaji, Kota Batu, Provinsi Jawa Timur. Topografi dari wilayah Desa Giripurno terletak diantara Gunung Arjuna dan Gunung Kawi (Saputro, 2022). Sebagian masyarakat di desa Giripurno bekerja sebagai petani. Namun, terdapat kelompok masyarakat yang juga memelihara hewan ternak, diantaranya ayam, domba, kambing, sapi dan sebagainya. Produk hasil ternak di Desa Giripurno memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Salah satu produk hasil ternak yang ada di Giripurno adalah susu sapi. Namun, pengolahan dan pengemasan produk hasil ternak tersebut membuat nilai jual dari produk hasil

Susu kefir adalah suatu produk minuman yang mengandung banyak bakteri probiotik baik bagi kesehatan manusia. Susu kefir dibuat dari pencampuran antara susu dengan grain kefir kemudian difermentasikan selama 24 jam pada suhu ruang. Proses fermentasi dilakukan dalam keadaan anaerob dimana kondisi penyimpanan tertutup dan terhindar dari cahaya matahari. Susu kefir memiliki beberapa ciri khas diantaranya memiliki rasa asam, bau seperti tape dan bertekstur kental. Bakteri asam laktat di dalam susu kefir menyebabkan susu kefir memiliki rasa asam (Aryanta, 2014). Susu kefir dapat dijadikan sebuah solusi untuk meningkatkan nilai jual dan kandungan gizi dari susu sapi murni. Susu kefir memiliki beragam manfaat yang baik bagi tubuh, karena mengandung bakteri probiotik lebih banyak dibandingkan dengan minuman fermentasi lain seperti yogurt. Di dalam susu kefir terdapat bakteri asam laktat yang memproduksi senyawa antimikroba sehingga dapat meminimalisir timbulnya penyakit saluran pencernaan bagi orang yang

mengonsumsi susu fermentasi ini (Yusriyah, 2014).

Kemasan merupakan salah satu hal penting dalam pengolahan sebuah produk. Kemasan memiliki peranan yang besar dalam mempengaruhi minat konsumen. Terdapat dua fungsi dari kemasan, yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional. Fungsi protektif berhubungan dengan perlindungan produk terhadap kerusakan akibat perbedaan iklim dan cuaca serta proses distribusi produk. Dengan tingkat proteksi yang tinggi, maka konsumen tidak perlu khawatir mengenai kualitas dari produk. Sementara itu, kemasan berperan sebagai sarana promosional untuk mempengaruhi minat konsumen terhadap produk (Apriyanti, 2018).

Label produk adalah bagian dari kemasan yang berperan sebagai identitas dari sebuah produk. Pemasangan label pada kemasan produk dapat memudahkan konsumen dalam memilih produk dan menjadi branding usaha dalam dunia bisnis. Label produk juga berperan sebagai media informasi yang berkaitan dengan komposisi produk, informasi halal, batas kadaluarsa dan sebagainya (Herudiansyah, 2019). Informasi yang tertera pada label kemasan akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan serta kelayakan produk untuk dikonsumsi. Dengan kemasan dan label yang unik, menarik serta informatif maka dapat menarik konsumen untuk melakukan membeli produk tersebut (Novianti, 2022). Tujuan dilakukannya pengabdian tersebut adalah membantu Ibu-Ibu Dasawisma Giripurno dalam membuat kemasan dan label susu kefir yang inovatif untuk meningkatkan nilai jual Susu Kefir Giripurno.

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Desa Giripurno dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 29 November 2022 di

Balai Desa Giripurno. Kelompok sasaran yaitu Kelompok Ibu-Ibu Dasawisma. Metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan adalah pendidikan masyarakat melalui penyuluhan kepada kelompok Ibu-Ibu Dasawisma Giripurno. Materi yang diberikan pada saat penyuluhan adalah prinsip dasar pengemasan dan pemasaran produk. Penyuluhan tersebut bertujuan agar Ibu-Ibu Dasawisma Giripurno dapat meningkatkan pemahaman mengenai *branding* produk susu kefir dan proses pembuatan label, kemasan, brosur serta akun media sosial sebagai media promosi produk. Penyuluhan tersebut disampaikan dalam bentuk ceramah dan tanya jawab ke peserta. Sebagai bentuk evaluasi untuk mengetahui seberapa banyak pemahaman yang diterima oleh seluruh peserta, maka dilakukan pre-test di awal sesi dan post test di akhir sesi kegiatan mengenai *branding* sebuah produk.

3. Hasil Dan Pembahasan

Adapun kegiatan ini dapat memberikan pemahaman bagi peserta mengenai pentingnya *branding* terhadap suatu produk, utamanya produk susu kefir dari desa Giripurno ini. Hal tersebut telah dijabarkan pada penelitian yang dilakukan oleh Mulyadi (2015) bahwa *branding* termasuk merek dan kemasan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Kegiatan penyuluhan mendapatkan antusiasme yang tinggi dari seluruh peserta sosialisasi yang dapat ditunjukkan pada Tabel 1.

Berdasarkan Tabel 1, terdapat peningkatan pemahaman pada peserta mengenai *branding* produk dan cara pembuatan label, kemasan, brosur dan social media sebagai strategi pemasaran produk. Sebagian besar peserta belum menyadari peran *brand*/merek suatu produk sehingga menganggap merek hanya perlu dipikirkan pada industri skala

besar. Setelah dilakukan penyuluhan, 85% peserta pelatihan dapat memahami *branding* produk dan 78% peserta pelatihan dapat membuat label, kemasan, brosur dan social media sebagai strategi pemasaran produk. Data tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar peserta terbantu dengan adanya pelatihan ini.

Tabel 1. Hasil evaluasi kegiatan

No	Materi	Pre-test	Post-test
	Pemahaman mengenai <i>branding</i> produk	45%	85%
2	Pemahaman cara membuat label, kemasan, brosur dan social media produk	38%	78%

Berikut merupakan hasil kegiatan penyuluhan tersebut.

a. Merek produk

Merek merupakan identitas yang dapat memberikan kesan pada suatu produk. Kesan yang positif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap suatu merek (Sulistiono, 2020). Nama merek (*brand*) yang digunakan adalah SK-G (Susu Kefir Giripurno).

b. Warna

Pemilihan warna pada label menggunakan warna hitam dan putih untuk merepresentasikan motif sapi.

c. Bahan

Bahan yang digunakan pada kemasan adalah botol plastik 330 ml dan stiker *vinyl* transparan. Bahan pengemas telah memenuhi persyaratan kemasan yang disampaikan oleh Irrubai (2015) yaitu permukaan transparan, tidak mengandung senyawa racun, memberikan perlindungan produk serta memudahkan penyimpanan dan distribusi. Pemilihan

bahan label/stiker dimaksudkan agar tidak mudah rusak ketika terkena air.



Gambar 1. Kemasan Produk Susu Kefir Giripurno

d. Label

Konsep label yang digunakan adalah sederhana agar mudah dipahami dan diingat. Hal-hal yang tertera pada label antara lain nama produk, berat bersih produk dan tanggal kadaluarsa produk. Tulisan pada label sebaiknya teratur, jelas dan mudah dibaca (Tamtelahitu, 2021).



Gambar 2. Label Produk Susu Kefir Giripurno

e. Brosur

Brosur digunakan sebagai media informasi mengenai susu kefir dan manfaat susu kefir serta sebagai media promosi produk.



Gambar 3. Brosur Produk Susu Kefir Giripurno sebagai Media Promosi

4. Kesimpulan

Berdasarkan pelatihan dan pendampingan, peserta dapat memahami pentingnya *branding* produk dan pembuatan kemasan, label dan brosur yang unik dan menarik sebagai strategi pemasaran produk Susu Kefir Giripurno. Rekomendasi kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu memberikan pendampingan dan pelatihan terhadap akun marketplace dan media social.

Ucapan Terima Kasih

Kelompok Bina Desa Teknik Kimia UPN "Veteran" Jawa Timur Desa Giripurno tahun 2022 menyampaikan terima kasih atas terselenggaranya pengabdian ini kepada LPPM Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur serta segenap masyarakat dan aparatur desa di Desa Giripurno yang telah membantu kami sehingga kegiatan dapat berjalan dengan baik.

Referensi

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan

- produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Aryanta, I.W. (2021). Kefir dan Manfaatnya Bagi Kesehatan, *E-Jurnal Widya Kesehatan*, 3(1). 36.
- Herudiansyah, G., Candra, 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).
- Irrubai, M. L. (2015). Strategi labeling, packaging dan marketing produk hasil industri rumah tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Society*, 6(1), 15-30.
- Mulyadi, G. (2018). Pengaruh Merek dan Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM. *Jurnal Ekologi Ilmu Manajemen*, 2(1), 105-109.
- Novianti, K. D. P., Sukerti, N. K., Sukardiyasa, I. W. O., & Pratama, M. D. W. K. (2022). Penyuluhan Fungsi Kemasan Produk Kelompok Tani Empelan Terbin di Denpasar Timur sebagai Upaya Peningkatan Nilai Jual Produk. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 553-558.
- Saputro, E. A., Kusuma, M. R., & Bobsaid, A. A. (2022). Pemetaan Potensi Sumber Mata Air Di Desa Giripurno, Kecamatan Bumiaji, Kota Batu. *Jurnal ENMAP*, 3(1), 29-33.
- Sulistiono, S., Mulyana, M., & Firmansyah, M. F. (2020). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87-94.
- Tamtelahitu, T. M., Laturmas, A. J., Batlajery, B. V., Sameaputty, C., & Augustyn, A. N. (2021). Pelatihan Teknik Desain Logo Kemasan, Pengemasan dan Pemasaran Produk di Kelompok Mama Romi. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(3), 6-13.
- Yusriyah, N. H., & Agustini, R. (2014). Pengaruh waktu fermentasi dan konsentrasi bibit kefir terhadap mutu kefir susu sapi. *UNESA Journal of chemistry*, 3(2), 53-57.