

PENDAMPINGAN PEMASARAN INDUSTRI RUMAH TANGGA DI KELAYU

Wahidatul Husnaini

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram
wahidatul.husnaini@unram.ac.id

Susi Retna Cahyaningtyas

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram
susi_retnacahya@unram.ac.id

Zuhrotul Isnaini

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram
zuhrotul.isnaini@unram.ac.id

Article History:

Received: 21 November 2022

Revised: 13 Desember 2022

Accepted: 13 Desember 2022

DOI:

10.29303/abdimassangkabira.v3i1.349

Abstrak: Kemasan dan label merupakan hal yang penting dalam memasarkan produk industri rumah tangga. Kemasan dan label adalah salah satu cara memperkenalkan produk kepada konsumen dengan tujuan meningkatkan produksi dan penjualan guna meningkatkan penghasilan. Pengabdian ini bertujuan untuk memberikan pendampingan pemasaran melalui kemasan dan label kepada Ibu-Ibu yang mempunyai industri rumah tangga di Kelayu. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini terdiri dari tiga tahap yaitu survey kemasan dan label produk (jajan) tradisional, pendampingan proses pengemasan dan pemasangan label/stiker sampai menjadi jajan yang siap dijual dan evaluasi kegiatan. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa setelah produk (jajan) dikemas dan diberikan label, produk dan penjualan mengalami peningkatan yang signifikan.

Kata Kunci: Pemasaran, Label/stiker, Industri rumah tangga

Pendahuluan

Industri rumah tangga adalah usaha kerajinan rumah tangga yang mempunyai pekerja 1- 4 orang. (Badan Pusat Statistik). Industri rumah tangga yang menjadi sasaran adalah Ibu-Ibu yang menghasilkan produk

jajan tradisional. Kelayu adalah salah satu desa di Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Desa Kelayu terkenal dengan jajan tradisional dan banyak digemari oleh masyarakat. Jajan yang banyak diproduksi adalah kerake, jajan kepeng (dolar), semprong, bangkit, ladran, gabus, keciput, tarik dan masih banyak lainnya. Namun yang jadi permasalahan selama ini adalah pemasaran. Jajan-jajan tersebut hanya ditemukan di pasar tradisional disekitar rumah sehingga terbatas dari sisi produksi, perputaran dan penghasilan. Pemasaran merupakan hal yang sangat penting demi keberhasilan usaha. (Siregar et al., 2021). Alur pemasaran yang dilakukan oleh Ibu-Ibu yang mempunyai industri rumah tangga di Kelayu dilakukan dengan tiga cara yaitu menjual langsung ke pembeli (konsumen akhir), menitipkan jajan tradisional tersebut ke kios-kios atau warung di sekitar tempat tinggal dan menjual ke pembeli eceran kemudian pembeli eceran yang menjual ke konsumen akhir.

Seperti kita ketahui sekarang, banyak jajan tradisional yang diperdagangkan dengan bentuk yang sama namun rasa jauh berbeda dengan yang diproduksi oleh Ibu-Ibu di Desa Kelayu. Dengan adanya stiker label diharapkan pemasaran dapat dilakukan ke seluruh daerah di Lombok. Jajan tradisional Kelayu sebagian besar kita temukan di pasar-pasar tradisional maupun kios/warung di sekitar Kelayu, Selong, Tanjung dan Pancor. Menurut Ermawati (2019), kemasan bukan sekedar pembungkus atau penyimpan produk semata namun berfungsi sebagai media pemasaran dan branding supaya tertanam dalam benak konsumen. Nurwidiana dkk., (2019) menjelaskan bahwa kemasan produk sangat mempengaruhi pemasaran produk. Lebih lanjut dijelaskan oleh (Lusianingrum dkk., 2021; Riki dkk., 2022) bahwa label dan kemasan merupakan salah satu kunci untuk meningkatkan nilai jual dari produk.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka tim pengabdian menawarkan kepada Ibu-Ibu yang mempunyai industri rumahan jajan tradisional Kelayu untuk diberikan pelatihan dan pendampingan dalam hal penambahan label/stiker sebagai cara untuk memperkenalkan produk industri rumahan mereka agar dikenal oleh masyarakat secara luas yang pada akhirnya meningkatkan produksi dan menambah penghasilan bagi rumah tangga.

Metode

Berdasarkan tujuan utama Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) maka pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pertama, survey kemasan dan label produk (jajan) tradisional
2. Tahap kedua, melakukan pendampingan proses pengemasan dan pemasangan label/stiker sampai menjadi jajan yang siap dijual
3. Tahap ketiga, evaluasi kegiatan

Hasil

Metode yang digunakan dalam PPM ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Tahap pertama, survey kemasan dan label produk (jajan) tradisional Berdasarkan survey yang dilakukan, kemasan produk (jajan) tradisional pada industri rumahan di Kelayu dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



Gambar 1

Gambar 1 menunjukkan bahwa produk (jajan) tradisional hanya dikemas dengan plastik tanpa ada stiker label.

2. Tahap kedua, melakukan pendampingan proses pengemasan dan pemasangan label/stiker sampai menjadi jajan yang siap dijual. Setelah produk (jajan) tradisional dikemas kemudian tim PPM memberikan pendampingan pemasangan label stiker, dimana stiker dipesan di tempat sablon kemudian stiker/label ditempel pada produk seperti gambar 2 berikut:



Gambar 2

3. Tahap ketiga, evaluasi kegiatan

Evaluasi kegiatan bertujuan untuk melihat efektifitas pemberian stiker label pada produk (jajan) tradisional. Tim PPM melakukan evaluasi satu bulan setelah dilakukan pendampingan dan menunjukkan peningkatan produktivitas dan penjualan. Hal ini terbukti dengan peningkatan penjualan, pada awalnya (sebelum) dilakukan pelabelan penjualan selama 1 (satu bulan) berkisar antara 100 - 150 produk dengan berbagai macam variasi produk (jajan). Setelah dilakukan pelabelan, penjualan mengalami peningkatan 2x lipat dari 200 – 400 produk selama 1 bulan, bahkan wilayah pemasaran mengalami pergeseran tidak hanya di Lombok Timur saja namun bergeser ke Wilayah Barat (Mataram) dan Utara (Lombok Utara).

Hasil pengabdian ini dapat dikatakan berhasil karena adanya peningkatan produk maupun penjualan. Kemasan dan label adalah hal yang penting dalam memasarkan produk guna meningkatkan penghasilan rumah tangga.

Kesimpulan

Pemasaran merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh industri rumahan guna meningkatkan penghasilan rumah tangga. Salah satu cara agar produk dikenal oleh masyarakat adalah dengan membuat label/stiker dan dipasarkan ke berbagai lokasi di seluruh Pulau Lombok, tidak hanya pasar disekitar industri rumahan. Dengan adanya pengabdian ini diharapkan memberikan tambahan pengetahuan bagi Ibu-Ibu di Kelayu yang mempunyai industri rumahan terkait dengan pemasaran produk dengan menambahkan label/stiker agar dikenal oleh konsumen guna meningkatkan penghasilan rumah tangga.

Pengakuan/Acknowledgements

Tim Pengabdian Pada Masyarakat (PPM) mengucapkan terima kasih kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram beserta jajarannya, Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Mataram, Ibu-Ibu mitra PPM di Kelayu atas dukungannya baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan program PPM.

Daftar Referensi

Badan Pusat Statistik. (n.d.). *Istilah*. Badan Pusat Statistik. Retrieved September 28, 2022, from https://www.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_sort=deskripsi_ind.desc&Istilah_page=53

- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Society*, 2(2), 15–22. <https://doi.org/10.30741/eps.v2i2.459>
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Nurwidiyana, N., Fatmawati, W., & Masidah, E. (2019). Pendampingan Proses Produksi dan Kemasan Produk Industri Kecil Minuman Herbal. *Community Empowerment*, 4(2), 57–65. <https://doi.org/10.31603/ce.v4i2.3067>
- Riki, A., Yusuf, B., Fatimatuzzahro, U., Putra, F. L., & Ardiyana, I. G. (2022). PENDAMPINGAN PEMBUATAN LABEL PADA PRODUK KEMASAN Fera Tri Aidhaningtyas, Nabilah Rahma Krisna, Deva Surya Murti, Setyo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (JPPM)*, 01(02), 48–54.
- Siregar, A. S., Pristiyono, & Prayoga, Y. (2021). Pendampingan Produksi Dan Strategi Pemasaran Industri Rumah Tangga Keripik Ubi Mana Lagi "Pak Jaim" Di Desa Gunung Selamat. *JPKM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(2), 155–160. https://jurnal.unimed.ac.id/2012/index.php/jpkm/article/view/23526/pdf_1