

Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Buntea di Kelurahan Air Dingin

Educating Community Empowerment in Development of Household Industry Buntea in Kelurahan Air Dingin

Neni Hermita¹, Zetra Hainul Putra¹, Mahmud Alpusari¹, Jesi Alexander Alim¹, Joleha¹, Dahnilsyah¹, M. Yogy Ryantama Isjoni¹, Debi Fanmbasten Putra Gaurifa¹, Fadhila Anggraini¹, Septiara Ningsih¹, Nisrina Nazhifah Diva¹, Halimah Tussa'diah¹, Abdul Wahab¹, Fadhlan Hatta Agustian¹, Dina Nur Iskandar¹, Amalia Syarah¹, Putri Agustin¹

¹Universitas Riau, Indonesia

*e-mail: neni.hermita@lecturer.unri.ac.id

Article Info

Article history:

Received Sept 14th, 2022

Revised Sept 30th, 2022

Accepted Sept 30th, 2022

Abstrak

Tim pengabdian masyarakat mahasiswa universitas riau melakukan pemberdayaan masyarakat dengan mengembangkan produk yang dapat dijadikan buah tangan khas air dingin. Air dingin sendiri merupakan kelurahan yang terdapat di pekanbaru. Tujuan dari pemberdayaan masyarakat ini ialah untuk mengembangkan potensi masyarakat air dingin, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan diharapkan dapat membuka peluang kerja bagi masyarakat sekitar. Selain itu tim pengabdian masyarakat juga menginformasikan terhadap pelaku usaha untuk memberikan pengemasan yang sesuai mulai dari kemasan maupun desain produk. Hal ini bertujuan agar produk dapat bersaing dengan komoditas yang telah ada. Dengan kemasan yang menarik didukung dengan desain yang kekinian akan menjadi daya tarik tersendiri selain itu juga dapat menambah nilai jual dari suatu produk. Tentunya hal ini juga disertai dengan pemasaran melalui jejaring sosial seperti *facebook*, *instagram*, dan *whatsapp*.

Kata kunci: Pemberdayaan, Produk, Kemasan, Pemasaran

Abstract

The Riau University student community service team empowers the community by developing products that can be used as souvenirs of cold water. Cold water itself is a village located in Pekanbaru. The purpose of this community empowerment is to develop the potential of the cold water community, increase community income, and is expected to open up job opportunities for the surrounding community. In addition, the community service team also informs business actors to provide appropriate packaging, starting from packaging and product design. This is so that the product can compete with existing commodities. With an attractive packaging supported by a contemporary design, it will be the main attraction but it can also add to the selling value of a product. Of course, this is also accompanied by marketing through social networks such as Facebook, Instagram, and Whatsapp.

Keywords: Empowerment, Product, Packaging, Marketing

DOI: <https://doi.org/10.31258/cers.2.5.245-252>

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Setiap daerah memiliki tanggung jawab untuk memajukan pembangunan daerah dengan memanfaatkan potensi yang dimilikinya. Pembangunan ekonomi daerah merupakan salah satu pembangunan yang sedang berlangsung di daerah. Upaya mendorong pembangunan ekonomi daerah memiliki tujuan tertentu, salah satunya adalah meningkatkan kesempatan kerja dan kesejahteraan ekonomi. Untuk mencapai hal tersebut, pemerintah daerah harus mendukung, memfasilitasi, dan memberikan izin dan pendampingan kepada masyarakat setempat yang melakukan kegiatan pemberdayaan masyarakat.

Kelurahan Air Dingin terletak merupakan salah satu [kelurahan](#) di [Kecamatan Bukit Raya, Pekanbaru, Riau, Indonesia](#). Kelurahan ini dibentuk dari wilayah [Kelurahan Simpang Tiga](#) pada pemekaran wilayah Kota Pekanbaru tahun 2016. Profesi dari masyarakat kelurahan air dingin adalah sebagai buruh, pegawai, karyawan, dan wirausaha. Masyarakat dengan mayoritas pekerjaan utamanya adalah wirausaha, terutama para ibu rumah tangga yang memiliki usaha *catering* atau produksi makanan ringan. Potensi sumber daya manusia yang mendominasi kelurahan air dingin ini dapat diarahkan untuk mengembangkan suatu produk baru yang belum ada di kelurahan air dingin sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat itu sendiri.

Salah satu produk yang bisa dikembangkan adalah buntea. Buntea terdiri dari beberapa aneka rasa yaitu teh leci, teh lemon, teh original, teh jeruk, teh mangga, milkshake, kopi americano, kopi aren, kopi caramel, dan kopi vanilla. Berdasarkan pengamatan penulis, produk minuman yang enak tidak cukup namun juga harus memiliki kemasan yang menarik sehingga dapat menarik konsumen serta menambah nilai jual.



Gambar 1. Logo Buntea

Kemasan suatu produk memiliki manfaat dan fungsi untuk menjaga kualitas produk, menjaga cita rasa, dan daya tarik bagi konsumen. Contohnya seperti melindungi ultraviolet, udara panas, kelembapan udara, benturan, oksigen dan kontaminasi dari kotoran yang bisa merusak produk. (Apriyanti, 2018). Selain itu juga menjadi media informasi kepada konsumen mengenai komposisi produk tersebut (Campardelli, 2021). Kemasan produk juga memiliki tujuan untuk memperpanjang jangka waktu penyimpanan. Kemasan suatu produk harus menarik maka perlu suatu inovasi agar meningkatkan permintaan dari konsumen sehingga penjualan produk akan meningkat dan menjadikan pendapatan meningkat (Mane, 2016). Dan dapat disimpulkan bahwa kemasan merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh pelaku usaha, apabila tidak teliti maka yang terjadi kemungkinan terburuknya adalah produk akan cepat basi karena kemasan yang tidak rapat sehingga udara mudah masuk, kemudian kemasan yang tidak menarik juga menjadi faktor utama konsumen tidak memilih produk tersebut (Yul F, 2017).

Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh pemerintah memiliki tujuan untuk memberikan pengetahuan tentang penggunaan teknologi dalam pembuatan design kemasan produk dan pemasaran digital hasil industri rumah tangga. Fungsi Desain pada produk untuk Pengembangan Bisnis. Adapun fungsi dan pengertian desain produk pada barang atau layanan yang diproduksi yaitu sebagai identitas dari produk itu sendiri, jadi pelindung untuk produk dan menambah nilai jual suatu produk (Cenadi, C. S. 2000). Kegiatan ini diharapkan masyarakat kelurahan yang

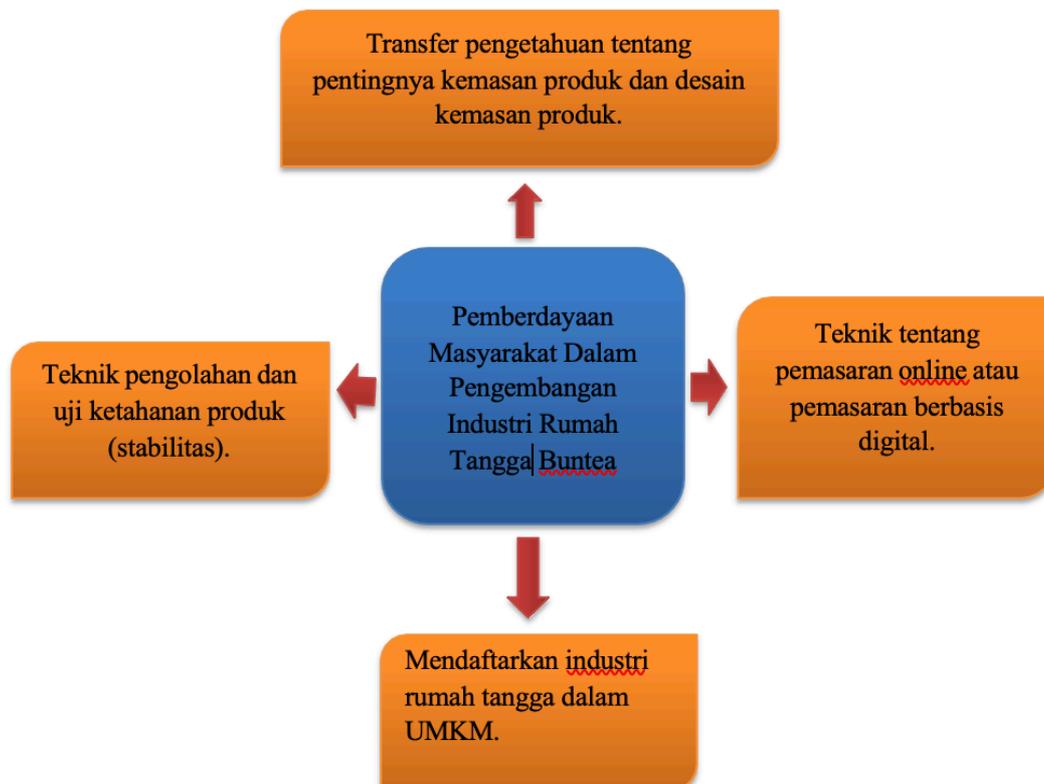
sudah memiliki usaha rumahan bisa terus berkembang dan lebih maju serta memperluas pasar produksi. Sehingga, meningkatkan daya jual, meningkatkan penghasilan dan memperluas lapangan pekerjaan bagi masyarakat (Endah, K, 2020).



Gambar 2. Rumah usaha milik warga dan diskusi untuk sistematika pembuatan produk dan kemasan

METODE PENERAPAN

Pada kegiatan pemberdayaan masyarakat ini berfokus pada pengembangan industri rumah tangga buntea agar tujuan dari dilakukannya pemberdayaan ini dapat tercapai. Tujuannya yaitu dapat meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat dengan memanfaatkan dana, sumber daya alam, dan/atau hasil budidaya serta dengan memperhatikan keseimbangan dan kelestarian lingkungan hidup (Noor, 2011). Kegiatan ini dibagi menjadi 5 tahapan yaitu :



Gambar 2. Metode Pelaksanaan

Metode Pengukuran Tingkat Ketercapaian

Tabel 1. Metode Pengukuran Tingkat Ketercapaian

No	Kriteria Pengukuran	Cara Mengukur
1.	Partisipasi	Jumlah masyarakat yang terlibat
2.	Kesesuaian Materi	Materi dibutuhkan oleh masyarakat
3.	Penerapan	Adanya penerapan pengetahuan tentang desain kemasan yang menarik, teknik pengolahan buntea yang baik, pendaftaran UMKM, dan teknik pemasaran untuk meningkatkan pendapatan..
4.	Keberlanjutan	Adanya aktifitas lanjutan yang dilakukan oleh masyarakat yang berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan.

HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

Tahap Transfer Pengetahuan tentang Kemasan dan Desain Kemasan

Adapun Pada tahap ini kegiatan yang telah dilakukan oleh kelompok KKN Absimas 3PL dengan masyarakat Wilayah RW 4 untuk mengembangkan industri rumah tangga adalah : 1) Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai rencana kegiatan kelompok kepada masyarakat sasaran yaitu ibu-ibu rumah tangga di Wilayah RW 4; 2) Menjalin kemitraan dengan kelompok masyarakat yang memiliki usaha industri rumah tangga; 3) Membuat kesepakatan jadwal untuk pelaksanaan kegiatan; 4) Mempersiapkan alat dan bahan yang dibutuhkan; 5) Melaksanakan kegiatan dan mendokumentasikan seluruh aktifitas yang dilakukan oleh kelompok kkn Abdimas 3PL, Ibu DPL, dan kelompok masyarakat.

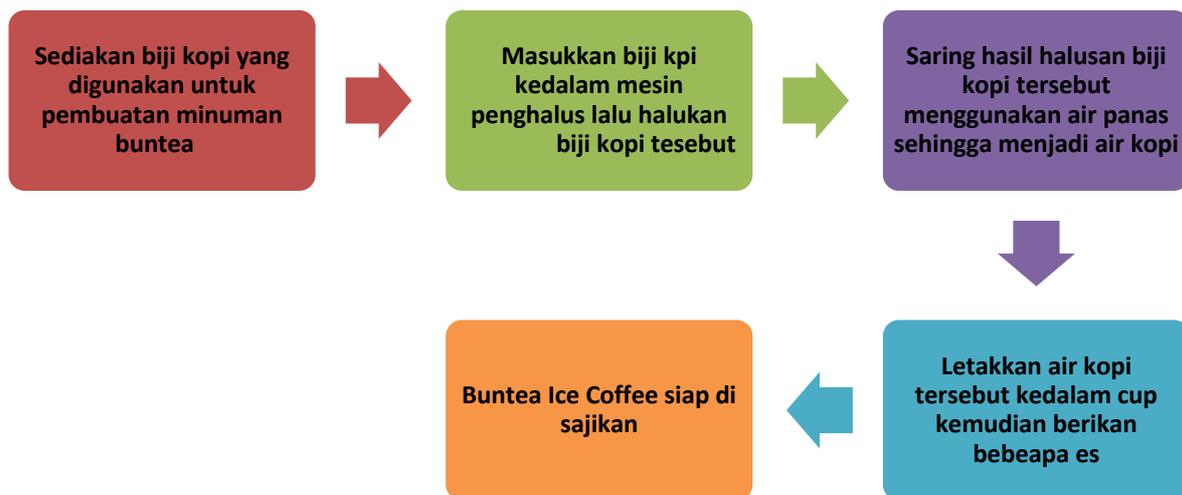
Pada tahap ini, tim KKN Abdimas melakukan sosialisasi mengenai pentingnya kemasan dan desain kemasan suatu produk. Kemasan sangat penting bagi suatu produk karena untuk menjaga kualitas, mempermudah pengiriman/penjualan, dan menjadi identitas suatu produk. Sedangkan desain kemasan dapat menjadi ciri khas atau identitas produk, daya tarik bagi konsumen, menambah keindahan produk, media informasi dari produsen ke konsumen dan sebagai penambah nilai jual suatu produk. Dari pelaksanaan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa usaha milik ibu-ibu Wilayah RW 4 memiliki potensi yang besar dan menjadi sasaran potensial kegiatan ini. Hal ini dikarenakan ibu-ibu adalah sosok yang paling dekat dengan kegiatan minuman dan juga ahli dalam mengemas suatu barang. Jadi, tingkat ketercapaian kegiatan ini termasuk dalam kategori sangat baik karena tingginya minat ibu-ibu yang ikut serta dan penerapan tentang kemasan dan desain produk.



Gambar 3. Saat berdiskusi

Tahap Teknik Pengolahan Produk dan Uji Ketahanan Produk

Pada tahap ini, tim KKN pengabdian masyarakat melakukan sosialisasi tentang pengolahan produk dimulai dari memilih bahan yang berkualitas, cara mengolah bahan produk, dan tempat penyimpanan produk yang sudah siap diolah serta rasa produk. Selain itu, juga melakukan uji ketahanan produk agar mengetahui seberapa lama produk yang diproduksi bisa bertahan di suhu ruangan dengan berbagai bentuk kemasan dan cara penggunaan kemasan. Pada tahap ini dilakukan tahap produksi, sehingga hasil produksi bisa di koreksi rasanya dan melakukan uji coba produk. Setelah mengolah buntea kami pun melakukan uji ketahanan produk, yang mana buntea ini dapat bertahan dan disarankan hingga 7 hari penyimpanan pada suhu ruang.



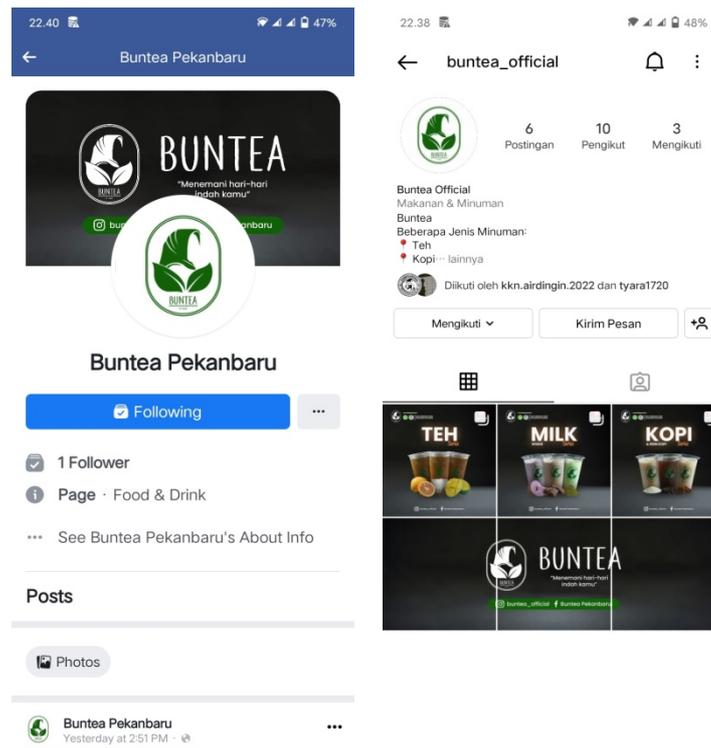
Gambar 4. Proses pembuatan Buntea Ice Coffee



Gambar 5. Salah satu produk buntea

Tahap Teknik Pemasaran Online atau Pemasaran Berbasis Digital

Pada tahap ini tim KKN pengabdian Masyarakat melakukan kegiatan sosialisasi kepada pelaku usaha tentang pentingnya packaging (kemasan), karena kemasan memiliki daya tarik tersendiri dan dapat menambah nilai jual. Pada tahapan ini juga dilakukan pemasaran online untuk membantu kelompok masyarakat sasaran dalam menjual produknya, dengan cakupan pangsa pasar yang lebih luas.



Gambar 6. Akun Media sosial buntea sebagai media promosi

Tabel.2 Perubahan yang Terjadi di Masyarakat

No	Kriteria Pengukuran	Cara Mengukur
1.	Partisipasi	Terdapat 4 sasaran industri rumahan (masyarakat sasaran) yang terlibat dalam tahap penyampaian informasi tentang pentingnya kemasan, desain kemasan. Dan ada 2 tim industri rumahan yang terlibat dalam produksi produk makanan.
2.	Kesesuaian Materi	Tim industri rumah tangga merasakan bahwa kemasan, desain kemasan, dan pemasaran lebih menarik dan pemasaran menjadi luas dan meningkatkan jumlah produksi.
3.	Penerapan	Kelompok industri rumah tangga yang sudah mengikuti kegiatan pemberdayaan menerapkan pengetahuan tentang kemasan, desain, dan pemasaran.
4.	Keberlanjutan	Kelompok masyarakat tetap melanjutkan produksinya dan mengembangkan bahkan memperbaharui kemasan, desain kemasan, dan pemasaran produknya sehingga lebih menarik lagi agar dapat meningkatkan penjualan produksi.

Secara keseluruhan kegiatan yang dilakukan dalam pemberdayaan industri rumah tangga tercapai dengan baik. Dapat dilihat dari perubahan yang terjadi seperti tujuan yang diharapkan dari kegiatan ini. Dengan adanya pengetahuan tentang kemasan, desain kemasan, pengelolaan produk, uji ketahanan, pendaftaran UMKM, dan pemasaran digital memberikan ide untuk melakukan inovasi baru terhadap produk industri rumahan. Sehingga, akan meningkatkan daya

tarik dari produk, memiliki ciri khas produk, meningkatkan produksi penjualan, pendapatan meningkat dan bisa memperluas lapangan pekerjaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang dilakukan tim KKN pengabdian masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan industri rumah tangga, pengolahan buntea menunjukkan peningkatan yang sangat baik. Peningkatan yang mengalami perubahan adalah pada pengetahuan kemasan, desain kemasan, pengelolaan produk, pendaftaran UMKM dan pemasaran digital. Proses yang dilalui dalam kegiatan ini didokumentasikan dengan foto serta video yang nantinya akan di tayangkan di youtube umkm Buntea_Official. Diharapkan dengan kegiatan ini menjadi daya tarik masyarakat untuk melakukan usaha baik produk makanan ataupun kerajinan dan lainnya. Selain itu, diharapkan mampu untuk melakukan sebuah inovasi yang diterapkan pada produk mereka, meningkatkan penjualan dengan pemasaran digital, meningkatkan daya saing, serta meningkatkan pendapatan masyarakat. Tidak hanya itu, produksi rumah tangga industri yang terus berkembang dan maju diharapkan mampu membuka lapangan pekerjaan sehingga ikut mensejahterakan masyarakat sekitar.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan pengabdian ini adalah skema Program Kemitraan Masyarakat (PKM), bidang pengabdian Sosial Humaniora, Pendidikan, Seni dan Budaya, dan mendukung salah satu dari dari tujuh Center of Excellence (CoE) Universitas Riau dan Program Kampung Iklim di kota Pekanbaru. Terimakasih kepada ketua LPPM Universitas Riau dan Staf yang menyetujui program kegiatan ini, Ucapan terimakasih kepada Mitra yang terkait, partisipasi peserta pelatihan dan tim pengabdian Terintegrasi Kukerta UNRI gelombang 1 dan 3 di kelurahan Sidomulyo timur kecamatan Merpoyan damai , kota Pekanbaru.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
- Barus, D.R.2015. Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Deli Serdang(studi kasus: kerajinan tangan). *Jurnal Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*.
- Cenadi, C. S. (2000). Peranan desain kemasan dalam dunia pemasaran. *Nirmana*, 2(2).
- Endah, K. (2020). Pemberdayaan masyarakat: Menggali potensi lokal desa. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 6(1), 135-143.
- Erlyana, Y. (2018). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model View: Studi Kasus Keripik Maicih. *Prosiding Seminar Nasional Desain Dan Arsitektur (SENADA)*, 2, 303–304.
- Hidayat, M. J. (2011). Tinjauan Kognisi Desain Produk Kemasan Sebagai Unsur Identitas Budaya Populer Atas Produk Kemasan Makanan Industri Kecil Menengah (Ikm). *Jurnal Kawistara*, 1(3). <https://doi.org/10.22146/kawistara.3929>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. 2018. Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>

- Klimchuk, Rosner Marianne, Sandra A. Krasovec, 2007, *Desain Kemasan, Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai Konsep sampai Penjualan*, Jakarta, Erlangga.
- Kustyawati, M. E., Sugiharto, R., Waluyo, S., & Erlina, E. 2019. Pemberdayaan wanita Kelompok Serba Usaha Srikandi melalui diversifikasi produk kopi bubuk herbal. *Riau Journal of Empowerment*, 2(1), 15–20. <https://doi.org/10.31258/raje.2.1.13>
- Ngatini, N., Putri, M. M., Ibrahim, M. F., Bariyah, T., & Mardhiyyah, Y. S. 2020. Pemberdayaan ibu-ibu Desa Manukan Bojonegoro dalam mengembangkan Batik Jonegoroan sebagai rintisan industri kreatif. *Riau Journal of Empowerment*, 3(1), 17– 25. <https://doi.org/10.31258/raje.3.1.17-25>
- Noor, M. (2011). Pemberdayaan masyarakat. *CIVIS*, 1(2).
- Maisyarah, Riski. 2013. Strategi Pengembangan Bisnis dengan Analisis Strength Weakness, Opportunitie Threat (SWOT) Pada Usaha Lumpia Medan. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara*.
- Sudjana. (2020). Desain Kemasan Produk (Analisis Perbandingan : Efektivitas Perlindungan Desain Industri Atau Merek). *Puslit Seni Kreasi Baru LP2M ISI Denpasar*, 4(1), 37–39.
- Wahyudi Arfianto, A. E., & U. Balahmar, A. R. 2016. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa. *JKMP (Jurnal Kebijakan Dan Manajemen Publik)*, 2(1), 53. <https://doi.org/10.21070/jkmp.v2i1.408>
- Zamaya, Y., & Kornita, S. E. (2022). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Industri Rumah Tangga Keripik Singkong di Desa Sungai Majo Pusako Community Empowerment in The Development of Cassava Chips Home Industry in Sungai Majo Pusako Village*. 2(3), 108–114.
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 1(2), 12-15.