

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN BRANDING KEMASAN, PEMASARAN PRODUK SERTA SOSIALISASI PIRT PRODUK NISAN DAN OLUO KHAS DESA PULAU BELIMBING KECAMATAN KUOK KABUPATEN KAMPAR

Farida Hanum Hamzah¹, Imelda Yunita*¹, Angga Pramana¹, Rahmadini Payla Juarsa¹,
Yanti Nopiani¹, Nur Hasnah AR¹, Mhd. Andry Kurniawan
Universitas Riau¹

*e-mail: imeldayunita@lecturer.unri.ac.id

Abstract

The community service activities are aimed at providing training and support for branding of packaging as well as socialization of PIRT licenses for the entrepreneurs of nisan and oluo products which are local food products of the village of Pulau Belimbing, Kuok district of Kampar. The packaging process begins with the socialization of packaging, the selection of the right packaging for nisan and oluo products as well as the design of product packaging. The socialization of products through social media is followed by the socialisation of PIRT licenses for nisan and oluo products. The public service activities have been carried out well according to the indicators of availability that socialization participants are enthusiastic about the support given and actively ask about the socialization material given. This accompaniment and socialization provide benefits for participants to be applied so that it can enhance product development and reach broader marketing.

Keywords: Training, Advocacy, Socialization, Packaging Branding, Nisan, Oluo

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan bertujuan untuk memberikan pelatihan dan pendampingan branding kemasan serta sosialisasi perizinan PIRT bagi pelaku usaha produk nisan dan oluo yang merupakan produk pangan lokal desa Pulau Belimbing Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar. Proses pendampingan dimulai dengan sosialisasi pengemasan, pemilihan kemasan yang tepat untuk produk nisan dan oluo serta desain kemasan produk. Selanjutnya dilakukan sosialisasi mengenai pemasaran produk melalui media social. Kemudian dilakukan kegiatan sosialisasi perizinan PIRT untuk produk nisan dan oluo. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan telah berjalan dengan baik sesuai dengan indikator ketercapaian bahwa peserta sosialisasi antusias terhadap pendampingan yang diberikan serta aktif bertanya terhadap materi sosialisasi yang diberikan. Pendampingan serta sosialisasi ini memberikan manfaat bagi peserta untuk dapat diaplikasikan sehingga dapat meningkatkan pengembangan produk dan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.

Kata kunci: Pelatihan, Pendampingan, Sosialisasi, Branding Kemasan, Nisan, Oluo

1. PENDAHULUAN

Latar belakang pada program ini yaitu produk pangan lokal khas desa Pulau Belimbing yang terletak di Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar Provinsi Riau. Produk pangan lokal yang perlu dikembangkan pada daerah ini yaitu produk nisan dan oluo. Produk nisan merupakan istilah untuk gula yang di hasilkan dari penguapan nira tebu. Nira tebu yaitu cairan manis yang diperoleh dari perasan batang tebu. Sedangkan oluo merupakan makanan yang terbuat dari bahan baku nisan, beras ketan, dan santan. Dalam upaya meningkatkan nilai jual dari produk pangan lokal khas desa Pulau Belimbing perlu adanya pelatihan dan pendampingan branding kemasan, pemasaran produk dan sosialisasi perizinan PIRT.

Pengemasan atau *packaging* merupakan salah satu komponen penting dalam memasarkan atau menjual produk. Kemasan memiliki fungsi sebagai wadah dan pelindung produk dari kerusakan-kerusakan. Kemasan juga memiliki fungsi diantaranya fungsi protektif dan fungsi promosional (Simamora, 2009). Fungsi protektif yaitu berfungsi untuk menghindari berbagai kemungkinan kerusakan produk, baik karena iklim, prasarana transportasi, distribusi dan lainnya. Sehingga dengan adanya fungsi protektif, konsumen tidak perlu menanggung resiko barang rusak. Kemudian fungsi promosional yaitu kemasan yang baik secara warna, ukuran dan penampilan yang memiliki daya tarik tersendiri bagi pembeli untuk memiliki produk tersebut. Kemasan atau *packaging* dituntut untuk mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut. Dalam perancangan *packaging* perlu dipertimbangkan ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan dari sebuah merk atau produk sehingga tampilan desain dapat menarik dan mampu menjual serta enak dipandang sehingga dapat menarik hati para konsumen (Umami, *et.al.*2022). Kemudian bentuk *packaging* yang digunakan harus disesuaikan dengan jenis produk. Melalui kemasan atau *packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang dapat mendongkrak penjualan. Kemasan dapat berfungsi sebagai identifikasi merk dagang. Perkembangan dari *packaging* dapat menjadi ujung tombak dalam promosi suatu produk dan pada akhirnya dapat meningkatkan nilai jual produk.

Selain pengemasan yang tidak kalah pentingnya adalah pemasaran produk. Pemasaran merupakan hal sangat penting sehingga perlu dilakukan untuk dapat mempertahankan kelangsungan produk dan mendapatkan laba. Pemasaran memiliki hubungan dengan kegiatan memperkirakan kebutuhan konsumen dan kegiatan yang mengalirkan produk dari produsen ke konsumen. Konsep pemasaran disusun melalui 4P (*product, price, promotion dan place*) (Sarjono, 2015). Strategi pemasaran juga merupakan komponen penting yang disosialisasikan pada pengabdian masyarakat di desa Pulau Belimbing selain *branding* kemasan. Serangkaian dari kegiatan pengabdian masyarakat tersebut juga di sosialisasikan mengenai pentingnya perizinan PIRT terhadap produk nisan dan oluo. Pelaku usaha di bidang makanan, diwajibkan memiliki izin edar untuk dapat menjamin keamanan produk makanan yang dijual. Perizinan PIRT merupakan salah satu bentuk upaya dari pemerintah untuk melakukan pengawasan produk dengan cara perijinan edar untuk produksi pangan. Sertifikat PIRT atau pangan industri rumah tangga yaitu yang wajib dimiliki oleh pelaku usaha makanan. Berdasarkan hal tersebut maka produk oluo dan nisan yang dikembangkan di desa Pulau Belimbing Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar untuk dapat dikenal oleh konsumen lebih luas lagi maka perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan yang dimulai dari *branding* kemasan, pemasaran produk hingga

sosialisasi perizinan PIRT. Diharapkan dengan adanya pendampingan dan pelatihan yang diberikan dapat mengembangkan usaha produk pangan lokal nisan dan oluo serta produk ini dapat masuk pasar yang lebih luas lagi. Tujuan dari kegiatan masyarakat untuk memberikan pelatihan dan pendampingan *branding* kemasan serta sosialisasi perizinan PIRT bagi pelaku usaha produk nisan dan oluo yang merupakan produk pangan lokal desa Pulau Belimbing Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar

2. METODE

Metode kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan yaitu pelatihan dan pendampingan *branding* kemasan dan pemasaran serta sosialisasi perizinan PIRT terhadap produk pangan lokal nisan dan oluo di desa Pula Belimbing Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar.

Bentuk dari kegiatan ini yaitu sebagai upaya untuk dapat meningkatkan pengembangan produk pangan lokal khas desa Pulau Belimbing yaitu nisan dan oluo. Adapun tahapan kegiatan yang dilaksanakan yaitu:

1. Pembuatan desain kemasan produk oluo, pemilihan jenis-jenis kemasan yang tepat untuk produk nisan dan oluo.
2. Sosialisasi strateg pemasaran produk nisan dan oluo supaya dapat menjangkau pasar yang lebih luas lagi.
3. Sosialisasi perizinan dan pengurusan PIRT

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan dan pendampingan *branding* kemasan dan pemasaran produk serta sosialisasi perizinan PIRT merupakan topik utama dalam pengabdian masyarakat ini, hasil yang diperoleh yaitu pelatihan pemasaran produk melalui online dan pendampingan pemilihan kemasan produk nisan dan oluo yang tepat serta desain kemasan produk. Selanjutnya dilakukan sosialisasi perizinan PIRT yang perlu ada untuk produk nisan dan oluo. Berikut hasil dari pemilihan kemasan produk:

a. Pengemasan produk nisan

Setelah di sosialisasikan jenis-jenis kemasan, karakteristik kemasan kemudian disepakati kemasan yang sesuai dengan produk nisan yaitu botol kaca karena sesuai dengan tekstur nisan yang kental. Kemudian tim pengabdian masyarakat membuat desain kemasan atau

label kemasan yang sesuai dengan kemasan yang digunakan untuk produk nisan. Desain kemasan memuat informasi nama produk, berat, waktu kadaluarsa serta komposisi produk. Informasi yang wajib dicantumkan pada label kemasan produk yaitu identitas penjual, nama produk, berat produk, pendaftaran produk (PIRT, MD) selain itu juga perlu informasi tambahan seperti tanggal kadaluarsa, komposisi yang digunakan, nomor produksi, petunjuk penyajian atau cara penggunaan produk dan cara penyimpanan produk (Umami, et.al. 2022). Berikut gambar desain dan kemasan produk nisan.



Gambar 1. Desain kemasan nisan

b. Pengemasan produk oluo

Produk oluo merupakan produk yang terbuat dari beras ketan, santan, dan nisan (gula tebu). oluo memiliki warna kecoklatan dan memiliki tekstur yang lembut dan bentuknya sekilas seperti wajik. Berdasarkan ciri-ciri produk oluo tersebut disepakati untuk pemilihan kemasannya yaitu terdiri dari 2 kemasan: kemasan primer yakni diberi kertas kue sebagai pengemasan utama karena oluo memiliki bentuk sedikit berminyak sehingga perlu di lapis kertas kue sebagai kemasan utama agar menyerap minyak dan kemasan sekunder yaitu box tempat penyimpanan beberapa produk oluo. Berikut gambar pengemasan produk oluo.



Gambar 2. Pengemasan produk oluo

c. Pelatihan pemasaran produk secara online

Sejalan dengan pendampingan *branding* kemasan produk nisan dan oluo serta sesuai dengan saran dan kebutuhan masyarakat yang ingin belajar pemasaran secara online di media social, maka dilakukan pula sosialisasi dan pendampingan pelatihan pemasaran produk melalui media social. Dimulai dari pembahasan pentingnya pemasaran produk hingga penggunaan Teknologi Informasi seperti media social dalam promosi produk. Masyarakat sangat antusias mengikuti kegiatan ini karena ini merupakan hal yang baru dan menarik untuk dipelajari. Pemasaran yang dilakukan secara digital (*digital marketing*) memiliki potensi seperti informasi produk yang ditawarkan, efektif, memiliki jangkauan pasar yang lebih luas dan dapat memudahkan konsumen untuk menentukan pilihan serta transaksi. Potensi perkembangan era digital menjadikan social media sebagai Langkah untuk membantu memasarkan produk atau jasa sehingga dapat meningkatkan bisnis dan lebih minim biaya (Paramita dan Surur, 2022).

d. Sosialisasi perizinan PIRT

Hal yang juga merupakan komponen penting dalam penjualan produk yaitu perizinan PIRT. Perizinan produk seperti PIRT ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk nisan dan oluo, meningkatnya kesadaran pelaku usaha. Salah satu manfaat dari PIRT yaitu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dipasarkan sehingga

pemasaran produk nisan dan oluo dapat dikenal oleh khalayak luas dan dapat meningkatkan pemasukan dari pelaku usaha (Nasution, 2020). Sosialisasi mengenai perizinan PIRT ini disampaikan mengenai pentingnya izin legalitas usaha, cara produksi pangan olahan yang baik agar terjaga kualitas dan keamanan pangannya, sanitasi dan hygiene produk hingga penyimpanan produk. Kelengkapan berkas untuk pengurusan PIRT yang harus disiapkan meliputi formulir pendaftaran, sertifikat penyuluhan keamanan pangan, KTP pemilik usaha, rancangan denah lokasi produksi, gambar alur proses produksi, rancangan label pangan, daftar produk yang di produksi dan diajukan untuk mendapatkan PIRT, serta nomor induk berusaha (Arifudin, 2020).

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan serta sosialisasi perizinan PIRT di tempat produksi produk pangan lokal nisan dan oluo desa Pulau Belimbing Kecamatan Kuok Kabupaten Kampar telah berjalan dengan baik dan lancar. Proses pendampingan dimulai dengan sosialisasi pengemasan, pemilihan kemasan yang tepat untuk produk nisan dan oluo serta desain kemasan produk. Selanjutnya dilakukan sosialisasi mengenai pemasaran produk melalui media social. Kemudian dilakukan kegiatan sosialisasi perizinan PIRT untuk produk nisan dan oluo. Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan telah berjalan dengan baik sesuai dengan indikator ketercapaian bahwa peserta sosialisasi antusias terhadap pendampingan yang diberikan serta aktif bertanya terhadap materi sosialisasi yang diberikan. Pendampingan serta sosialisasi ini memberikan manfaat bagi peserta untuk dapat diaplikasikan sehingga dapat meningkatkan pengembangan produk dan dapat menjangkau pemasaran yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini. Terimakasih atas pendanaan yang diberikan Universitas Riau sehingga pengabdian ini dapat dilaksanakan dari sumber dana DIPA Universitas Riau.

DAFTAR PUSTAKA

Arifudin, O. 2020. PKM Pembuatan Kemasan dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Aptekmas*. Vol. 3 No. 2. <http://dx.doi.org/10.36257/apts.vxix>

- Nasution, S. H. 2020. Perlindungan Hukum Terhadap Konsumen Terkait Produk *Frozen Food* Tanpa Izin Edar yang Dijual Secara *Online*. Jurnal Legal Reasoning. Vol. 3 No. 1. P-ISSN 2654-8747.
- Paramita, P. D dan Surur, A. M. 2022. Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing Pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. Jurnal Al-Dzahab. Vol 3 No. 1.
- Sarjono, B. 2015. Strategi Pemasaran Produk Baru. ORBITH. Vol. 11 No. 3 Hal: 230-236.
- Simamora, H. 2009. Manajemen Sumberdaya Manusia. Gramedia: Jakarta.
- Umami, N., Sri WH, M.A dan Hayuhantika, D. 2022. Pelatihan Tehnik Pengemasan dan Pelabelan Untuk Meningkatkan Kemampuan Managemen Pemasaran Untuk UMKM Belimbing. Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknologi Digital Indonesia. Vol 1(2). Hal 85-92.