



## **PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK OLAHAN EMPON-EMPON DI DUSUN NGALIAN DESA WIDODOMARTANI KECAMATAN NGEMPLAK KABUPATEN SLEMAN**

**Siti Hamidah<sup>1</sup>, Maftuh Kafiya<sup>2</sup>, Danar Wicaksono<sup>3</sup>, Purwanto<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup> Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email address : <sup>1</sup> kafiya maftuh@upnyk.ac.id

### **Abstract**

*The good packaging is ergonomic, appropriate and informative packaging for consumers. Branding through design on packaging labels is needed to attract consumer attention so as to increase sales and product competitiveness. Kampung Empon Empon in Ngalian, Widodomartani, Ngemplak, Sleman has a variety of processed empon-empon products including processed food, beverages to cosmetic products. However, labeling, packaging design and packaging shape are still simple. The purpose of this community service activity is to assist the people of Ngalian, Widodomartani, Ngemplak, Sleman in increasing product competitiveness by developing packaging for processed products produced by the community. Implementation methods include counseling, discussion, and labeling on packaging.*

**Keyword:** *branding, packaging, label, processed food of empon-empon*

### **Abstrak**

Kemasan yang menarik adalah kemasan yang ergonomis, tepat guna dan informatif bagi konsumen. *Branding* melalui desain pada label kemasan diperlukan untuk menarik perhatian konsumen sehingga mampu meningkatkan penjualan dan daya saing produk. Kampung Empon Empon di Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman, Dusun Ngalian memiliki berbagai macam produk olahan empon-empon meliputi olahan makanan, minuman hingga produk kosmetik. Akan tetapi pelabelan, desain kemasan dan bentuk kemasan masih sederhana. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah mendampingi masyarakat Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman dalam meningkatkan daya saing produk dengan pengembangan kemasan untuk produk olahan empon-empon yang diproduksi oleh masyarakat. Metode pelaksanaan meliputi penyuluhan, diskusi, dan pembuatan label pada kemasan.

**Kata Kunci:** *branding, kemasan, label, olahan empon-empon*

---

## PENDAHULUAN

Sejak pandemic Covid-19, mengkonsumsi pangan sehat dan alami menjadi tren yang baru di masyarakat. Empon-empon yang tergolong ke dalam tanaman biofarmaka berjenis rimpang, menjadi banyak diminati karena fungsinya sebagai obat dan dipergunakan untuk penyembuhan ataupun peningkat daya tahan tubuh. Setidaknya terdapat 8 tanaman rimpang biofarmaka yang sering dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia yaitu jahe, laos, kencur, kunyit, lempuyang, temulawak, temuireng dan temukunci (BBP2TP, 2021). Masing-masing memiliki fungsi dan khasiatnya sesuai dengan bahan aktif yang terkandung di dalamnya. Jenis dan manfaat yang beragam dari empon-empon, membuat para petani menjadi terus membudidayakan empon-empon hingga saat ini.

Dusun Ngalian merupakan dusun yang memiliki potensi lokal baik dari segi sumber daya alam maupun sumber daya manusianya. Salah satunya adalah program Kampung Empon-Empon yang telah diresmikan sejak tanggal 29 April 2019 (Hasanah, dkk., 2021). Dukungan terhadap keberadaan Kampung Empon-Empon diberikan oleh banyak pihak termasuk dukungan dari dalam salah satunya adalah Kelompok Wanita Tani di Ngalian. KWT Mekar yang berada di Dusun Ngalian merupakan Kelompok Wanita Tani yang bergerak di bidang pengolahan hasil empon-empon. Berbagai produk olahan empon-empon telah dihasilkan oleh KWT Mekar baik berupa olahan basah seperti sirup dan jamu maupun olahan kering seperti simplisia kering dan minuman instan. Pemasaran yang dilakukan seputar Sleman dan DIY dengan sistem *pre-order*. Jangkauan yang terbatas dengan sistem produksi *pre-order* (menunggu pesanan) menjadikan olahan empon-empon KWT Mekar belum menjadi sektor utama penghasilan anggota KWR Mekar.

Budidaya yang baik tanpa diikuti penanganan pascapanen yang tepat dapat menurunkan kualitas dan kuantitas produk. Empon-empon yang memiliki zat aktif yang bermanfaat bagi tubuh sangat rentan terhadap kerusakan dari lingkungan. Sehingga diperlukan penanganan pascapanen yang baik untuk menghindari kerusakan produk, salah satunya adalah dengan melakukan pengemasan yang baik dan benar. Pengemasan adalah proses pewadahan produk ke dalam kemasan yang tepat. Sedangkan kemasan adalah material sebagai tempat/ wadah untuk melindungi produk agar awet sampai tangan konsumen. Namun, fungsi dari pengemasan tidak hanya sebatas wadah penyimpanan produk. Kemasan dapat juga menjadi media informasi, promosi, hingga peningkatan citra brand (Hamidah dkk., 2023).



Permasalahan keterbatasan informasi dan pengetahuan mengenai teknik pengemasan yang baik dan tepat menjadi permasalahan bagi KWT Mekar dalam mengembangkan produknya. KWT Mekar telah memproduksi olahan empon-empon akan tetapi citra *brand* dan desain kemasan belum optimal sehingga informasi pada pelabelan belum menggambarkan produk secara utuh. Berdasarkan hal tersebut, maka telah dilakukan Pengabdian Masyarakat berupa "Pelatihan Pengembangan Kemasan Olahan Empon-Empon di Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman".

## **METODE DAN PELAKSANAAN**

### **Metode**

Metode yang digunakan dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat ini melalui beberapa tahapan yaitu: (1) observasi dan identifikasi masalah; (2) pelatihan dan (3) pendampingan secara berkala. Tahap observasi dilakukan dengan survey ke lokasi mitra untuk mengetahui kondisi nyata yang terjadi pada mitra yang selanjutnya dapat dilakukan identifikasi masalah dengan cara diskusi dan wawancara terhadap ketua kelompok maupun anggota KWT Mekar. Selanjutnya dilakukan pelatihan terkait pemilihan jenis kemasan yang tepat dan branding pada kemasan melalui desain dan label kemasan produk olahan empon-empon. Tahap terakhir adalah pendampingan yang dilakukan secara berkala untuk menentukan label kemasan yang sesuai dengan kebutuhan mitra.

### **Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dilakukan di Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman pada Juli hingga September 2023. Peserta yang hadir pada pelatihan meliputi anggota KWT Mekar sebanyak 18 orang.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan terkait branding dan kemasan dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan dan ketrampilan terkait pemilihan kemasan yang tepat dan *branding* produk olahan KWT Mekar. Kegiatan secara umum mendapatkan respon yang baik dari Masyarakat Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman khususnya anggota KWT Mekar. Kegiatan pelatihan dilakukan di Kandang Kebo Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman yang dihadiri sebanyak 18 anggota KWT Mekar. *Branding* dan *packaging* yang menarik dapat mempengaruhi minat beli serta keputusan konsumen untuk membeli produk (Lidyasunawati, et. al., 2017). Hal tersebut menjadi penting dilakukan supaya produk olahan KWT Mekar lebih

menarik sehingga mampu bersaing dengan produk-produk lain.

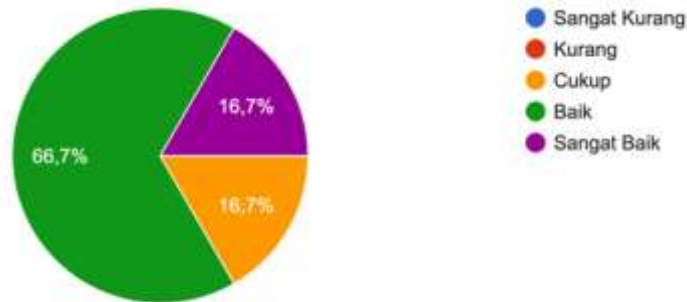


Gambar 1. Peserta mendengarkan paparan materi

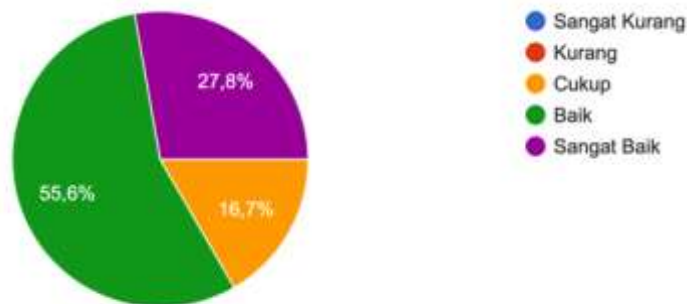


Gambar 2. Penyampaian materi *branding* oleh narasumber

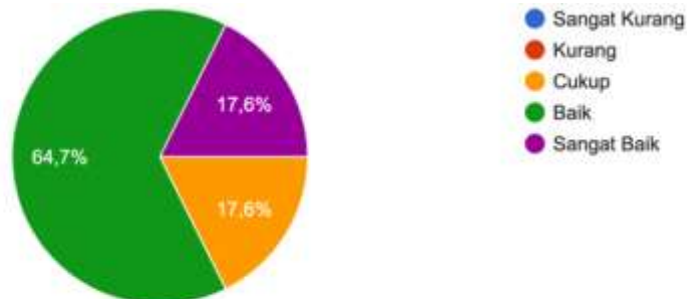
KWT Mekar telah memiliki brand untuk produk-produk mereka yaitu Pandan Wangi. Para peserta sangat antusias mengikuti program pengabdian ini, hal tersebut terlihat pada respon peserta yang ditampilkan pada Gambar 3,4 dan 5. Berdasarkan hasil evaluasi, sebesar 66,7% anggota KWT Mekar menilai baik kepuasan terhadap materi yang disampaikan. Dan sebanyak 55,6% menilai baik terkait materi yang disampaikan mudah dipahami bagi anggota KWT Mekar. Serta metode dan media yang digunakan dinilai baik sebanyak 64,7%.



Gambar 3. Persentase kepuasan peserta terhadap materi yang disampaikan



Gambar 4. Persentase penyampaian materi yang mudah dipahami peserta



Gambar 5. Metode dan media yang digunakan mampu membantu peserta memahami materi

Branding merupakan salah satu bagian dari kegiatan komunikasi pemasaran. Branding diperlukan untuk menunjukkan identitas brand kepada masyarakat luas sehingga menarik masyarakat untuk melakukan pembelian (Sari, dkk., 2023). Hasil pengabdian masyarakat Setiawati, et. al (2019), menjelaskan bahwa sosialisasi dalam membangun branding bagi pelaku usaha terbukti efektif memberikan pemahaman terhadap strategi dalam mengembangkan branding seperti membuat desain logo, target pasar yang tepat, partnership dan konsistensi. Beberapa hal yang perlu diperhatikan terkait branding adalah desain yang unik, menarik dan mudah dikenal (Saifulloh, 2021). Pembuatan logo pada branding merupakan hal yang

paling penting karena dari logo konsumen dapat mengetahui identitas diri produsen. Menurut Ainun, dkk (2023), logo atau tanda visual merupakan representasi identitas bisnis atau bentuk organisasi yang ditampilkan dalam bentuk ideogram, symbol, lambing, ikon atau tanda. Pada program pengabdian masyarakat ini juga telah memodifikasi logo brand produk olahan empon-empon KWT Mekar yang Bernama Pandan Wangi. Kegiatan pembuatan logo baru ini merupakan hasil diskusi dengan ketua KWT Mekar yang tergambarkan hasilnya pada Gambar 6.

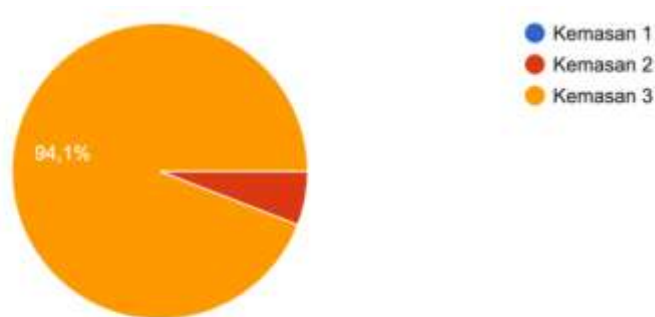


Gambar 6. Logo Pandan Wangi Sesudah

Kegiatan pelatihan selain branding adalah terkait tentang kemasan. Kemasan berfungsi untuk melindungi produk dari kontaminasi selain itu juga mempercantik produk sehingga mampu meningkatkan nilai tambah produk dan mampu bersaing dengan produk-produk lain. Terdapat 3 kemasan yang ditawarkan pada KWT Mekar yaitu *standing pouch* berbahan baku kertas, aluminium foil, dan toples plastik (Gambar 7). Kemasan berbahan baku kertas banyak digunakan untuk olahan kering. Kertas yang terbuat dari pulp atau bubur kayu ini memiliki sifat ringan, mudah sobek dan terbakar, daya hambat terhadap oksigen dan uap air rendah, dan dapat terurai secara alami. kemasan *standing pouch* sangat ramah lingkungan. Sedangkan bahan aluminium foil memiliki sifat aman dan higienis, tahan terhadap suhu ekstrim, tidak berbau, dan mudah dibentuk. Jenis kemasan *Three block seal* merupakan kemasan yang digunakan untuk porsi kecil atau sachet. Yang terakhir adalah toples yang terbuat dari bahan plastik yang menarik dan banyak varian bentuknya. Dari ketiga kemasan yang ditawarkan sebanyak 94,1% memilih toples plastik menjadi kemasan terbaik. Hal tersebut dikarenakan toples plastik dapat digunakan kembali sebagai wadah.



Gambar 7. Jenis Kemasan Jahe Merah Instan (a) standing pouch (b) aluminium foil (c) toples plastik



Gambar 8. Persentase kesukaan peserta terhadap kemasan yang ditawarkan

Kegiatan pelatihan yang diberikan juga terkait praktek pengemasan yang baik, tepat dan rapih. Keamanan produk menjadi salah satu kunci dari kemasan yang baik. *Seal* pada toples kemasan merupakan salah satu tingkat keamanan yang diberikan produsen untuk melindungi produk. Praktek dilakuka dengan memberikan plastik *seal* pada tutup toples dan direkatkan dengan menggunakan hotgun. Peserta memahami dan mempraktekkan dengan mudah praktek pengemasan ini.



Gambar 9. Praktek perekatan plastik seal dengan menggunakan hotgun

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Jenis dan bentuk kemasan sangat mempengaruhi citra dari produk. Pelatihan yang telah dilakukan berupa "Pelatihan Pengembangan Kemasan Olahan Empon-Empon di Dusun Ngalian, Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak, Kabupaten Sleman. Telah mampu memberikan wawasan dan pengetahuan bagi KWT Mekar. Kemasan yang dipilih untuk merepresentasikan produk KWT Mekar adalah kemasan toples plastik yang dapat digunakan kembali sebagai wadah.

### **Saran**

Perlu dilakukan pendampingan terhadap pengembangan produk dan manajemen pada organisasi KWT Mekar Ngalian.

### **Ucapan Terima Kasih**

Tim Pengabdian Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta atas pemberian hibah pengabdian masyarakat Tahun 2023, sehingga dapat terlaksana kegiatan dengan baik. Terima kasih juga ditujukan pada Kampung Empon-Empon Dusun Ngalian Desa Widodomartani, Kecamatan Ngemplak Kabupaten Sleman yang telah ikut berperan aktif dalam mensukseskan kegiatan pelatihan mengenai pengemasan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ainun, N., Wahida, A., Maning, R. 2023. Pentingnya Peran Logo dalam Membangun Branding pada UMKM. JESYA. 6(1): 674-681.
- BBP2TP. 2021. Pascapanen dan Pengolahan Produk Tanaman Biofarmaka. Bogor: BP2TP.
- Hamidah, S., Kafiya, M., Wicaksono, D., Purwanto, Yuniati, R.S., Radhana, R.R. 2023. Olahan Empon-Empon dalam Kemasan: Inovasi Bisnis dengan Daya Tarik Tinggi. Yogyakarta: LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Lidyasuwanti, A. 2007. Pengaruh Kemasan, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya di Kota Mataram Master of Management Journal. 6(2): 1-17.
- Sari, W.P., Sholihah, Z., Masali F. 2023. Digital Branding UMKM Melalui Komunikasi Visual. Jurnal ABDI. 8(2): 129-134.
- Saifulloh, M. 2021. Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan. Jurnal Pustaka Dianmas. 1(1): 28-33.
- Setiawati, S.D., Retnasari, M., Diny Fitriawati. 2019. Strategi Membangun bagi pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah. Jurnal Abdimas BSI Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2(1): 125-136.