

PENDAMPINGAN PACKAGING PRODUK KREATIF GULA SEMUT DI DESA WISATA SEGAJIH

Widodo Widodo^{1*}, Sigit Purnomo², Dina Yulina Heriani³

^{1,2}Pendidikan Vokasional Teknik Mesin Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

³Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa, Yogyakarta, Indonesia

*e-mail korespondensi: widodo@ustjogja.ac.id

Abstract

The emergence of creativity in creative economic businesses is a desire to take responsibility for changes in the progress of the times. There are still many creative economies that develop product concepts that are only simple and often forgotten, namely packaging, even though packaging is a good communication tool to consumers if a better concept is created. Ant sugar packaging training concept to increase community productivity and consumer interest. The hope is that this activity can provide knowledge and skills in making better packaging and of course in accordance with the standards set by the government. This research was carried out using qualitative research methods using a phenomenon approach and participatory counseling was carried out through the process of preparation, design, product application, delivery of activities through lectures, discussions, demonstrations and activity evaluation. As a result, packaging training provides partners with knowledge and skills in making ant sugar products that are packaged more modernly, increasing the attractiveness of the product. The creative economy community in carrying out service activities can be helped by implementing more modern and attractive product designs. More modern packaging with labels will provide more selling value to consumers so they are interested in buying the product.

Keywords: Packaging; Creative Economy; Creativity

Abstrak

Munculnya kreativitas usaha ekonomi kreatif merupakan keinginan mengambil tanggung jawab perubahan kemajuan zaman. Masih banyak ditemui ekonomi kreatif yang mengembangkan konsep produknya hanya sederhana dan seringkali dilupakan yaitu pengemasan, padahal pengemasan merupakan alat komunikasi yang bagus kepada konsumen jika di buat konsep yang lebih baik. konsep pelatihan packaging gula semut untuk meningkatkan produktivitas masyarakat dan minat konsumen. Harapannya dengan kegiatan tersebut dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat kemasan yang dapat lebih baik dan tentunya sesuai dengan standard yang ditetapkan oleh pemerintah. Penelitian ini dilaksanakan menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomena dan dilakukan penyuluhan secara partisipatif melalui proses pelaksanaan persiapan, mendesain, pengaplikasian produk, penyampaian kegiatan dengan ceramah, diskusi, demonstrasi, dan evaluasi kegiatan. Hasilnya pelatihan packaging memberikan pengetahuan dan kemampuan mitra dalam pembuatan produk gula semut yang dikemas lebih modern meningkatkan daya tarik terhadap produk. Masyarakat ekonomi kreatif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian dapat terbantu dengan menerapkan desain produk yang lebih modern dan menarik. Pengemasan yang lebih modern dengan mencantumkan label akan memberikan nilai jual yang lebih kepada konsumen untuk dapat tertarik dalam membeli produk.

Kata Kunci: Packaging; Ekonomi Kreatif; Kreativitas

Accepted: 2024-07-24

Published: 2024-11-27

PENDAHULUAN

Keterampilan abad ke-21 dalam membangun karier yang berkelanjutan (Karaca-Atik et al., 2024). Pariwisata hijau merupakan bagian dari upaya global untuk menciptakan lingkungan hidup yang lebih berkelanjutan, dengan mempertimbangkan kebutuhan industri, wisatawan, dan masyarakat setempat (Papadaki, 2024). Industri Budaya dan Kreatif telah muncul sebagai pendorong kuat pembangunan dan revitalisasi regional di Eropa dalam beberapa tahun terakhir (Kalfas et al., 2024). Perusahaan sosial kreatif semakin banyak bermunculan di daerah pedesaan yang dimotivasi oleh keinginan untuk mengambil tanggung jawab sosial melalui pendekatan kreatif (Gao & Psenner, 2024). Individu yang kreatif dan bahagia memiliki rasa tanggung jawab yang lebih tinggi terhadap perubahan iklim, individu-individu ini mungkin memang memainkan peran kunci dalam mempromosikan kesadaran dan tindakan perubahan iklim, termasuk komunikasi tentang keberlanjutan, proyek-proyek terkait keberlanjutan (Dirzyte & Valatka, 2023).

Dalam beberapa dekade terakhir, pembangunan ekonomi pedesaan (*rural*) bidang kerajinan tangan (*crafts*) mengalami pertumbuhan signifikan di negara-negara di Eropa (<https://www.craftingeurope.com/>), China, Vietnam, Malaysia, India (Fernández Bellver et al., 2023). Kerajinan tangan secara tradisional di pedesaan sebagai sumber penciptaan lapangan kerja (Sanchis et al., 2016). Bahkan kerajinan tangan sebagai potensi daya wisata dan sumber daya budaya khas daerah (Fernández Bellver et al., 2023). Munculnya kerajinan wisata di daerah pedesaan, yang disediakan oleh masyarakat lokal, merupakan sumber penghidupan atau kesejahteraan ekonomi yang terkait dengan pertumbuhan pariwisata (Richards, 2021), dan kerajinan itu sendiri, seringkali menjadi motivasi untuk pengembangan pariwisata (Farsani et al., 2011). Banyak desa yang mendasarkan pendapatannya pada penjualan produk kerajinan daerah dan lokal kepada wisatawan (Bessiere & Tibere, 2013, Richards, 2021, Huang & Anderson, 2019, Mbaiwa, 2011, Morais, 2022).

Munculnya kerajinan tersebut tentunya harus dibarengi dengan branding yang kreatif juga yaitu kemasan produk. umumnya usaha saat ini diproduksi menggunakan teknologi sederhana dan proses pengemasan yang kurang baik, jenis kemasan yang digunakan tidak tepat serta label (Hiariey et al., 2024). Begitupun ekonomi kreatif yang masih menggunakan kemasan yang sangat sederhana dengan hanya memberikan logo saja pada kemasan tanpa memberikan label informasi mengenai produk. Hal tersebut tentunya membuat produk kurang menarik dan kurang memberikan informasi kepada konsumen. Padahal kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam peningkatan fungsi komunikasi pemasaran yang dimana komunikasi pemasaran merupakan salah satu upaya untuk mempromosikan produk agar mampu bersaing (Fadhilah et al., 2023). Selain itu pengemasan dan pemberian label mempunyai peran yang krusial dalam meningkatkan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Arseto et al., 2024).

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut ekonomi kreatif gula semut di kabupaten kulon progo memerlukan pembinaan dalam melakukan branding produk kreatif dengan memperbaiki kemasan yang lebih menarik. Kegiatan ini melalui abdimas dalam konsep pelatihan packaging gula semut untuk meningkatkan produktivitas masyarakat dan minat konsumen. Harapannya dengan kegiatan tersebut dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat kemasan yang dapat lebih baik dan tentunya sesuai dengan standard yang ditetapkan oleh pemerintah.

METODE

pengabdian ini dilaksanakan menggunakan penyuluhan secara partisipatif yaitu penyuluhan yang mendorong masyarakat perdesaan untuk berpartisipasi meningkatkan dan menganalisa pengetahuannya mengenai hidup dan kondisi mereka sendiri agar mereka dapat membuat rencana

dan tindakan. Proses pelaksanaan diawali melalui observasi dan persiapan tentang produk kemasan bagaimana bentuk model untuk dilakukan pelaksanaan tindak lanjut, mendesain konsep kemasan dan label pada produk, pengaplikasian ke dalam produk, partisipatif bersama mitra dan evaluasi.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan melalui penyampaian kegiatan dengan ceramah, diskusi, demonstrasi dengan mengajak masyarakat berpartisipasi secara aktif dalam mengembangkan produk kemasan yang menarik dan modern

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat merupakan pembangunan keberlanjutan bagi masyarakat agar dapat berdaya saing dalam menghadapi kemajuan zaman yang semakin modern. Pelatihan packaging yang dilakukan dalam produk gula semut dilakukan dengan partisipasi aktif dengan mitra pemilik gula semut untuk meningkatkan produktivitas dan minat jual di pasar. Ekonomi gula semut sendiri terdiri dari beberapa mitra di dalamnya yang membantu proses pelaksanaan produksi meliputi:

Tabel 1. Mitra dan pemangku kepentingan

Nama	Jabatan	Aktivitas
HY	Ketua desa wisata Segajih dalam koordinasi mencakup kegiatan dan administrasi desa wisata Segajih	Mengkoordinasi administrasi desa wisata
ST	Founder dari gula semut nawang jaya yang mempunyai pengalaman dalam pembuatan gula dan peluang pasar gula semut	Konseptor dan pengelola ekonomi kreatif gula semut nawang jaya
UM	Pekerja dan ibu rumah tangga yang berpengalaman dalam pembuatan gula semut	Pembuat gula semut
SK	Pekerja dan ibu rumah tangga yang berpengalaman dalam pembuatan gula semut	Pembuat gula semut

1. Persiapan awal

Pelaksanaan awalan dilakukan untuk mengetahui kondisi yang berada di ekonomi kreatif sebagai upaya tindak lanjut. Masalah yang hambatan bagi mitra ditemui bagaimana membuat konsep produk, label dan bentuk yang sesuai dengan produk yang akan dijual dengan

memperhatikan dimensi, kualitas, berat produk. Mekanisme penggunaan gula semut yang mempunyai konsep dapat digunakan dengan mudah membuat konsep kemasan yang dapat dibuka maupun di tutup dengan mudah dan efektif serta dapat menjaga produk di dalamnya.

Dari hasil observasi ini desain lama kemasan produk gula semut masih belum maksimal dari segi fungsi memang sudah layak sebagai wadah produk namun efektifitas penggunaan masih belum efisien, karena penutupan produk hanya langsung di pres sehingga memungkinkan ketika digunakan hanya sebagai wadah sekali pakai sehingga meningkatkan sampah plastic, selain itu desain produk hanya sebatas stiker logo tanpa memperhatikan nilai keindahan untuk dapat memberikan nilai jual kepada konsumen.

Pencantuman label pada produk juga belum maksimal sehingga produk belum memberikan komunikasi yang baik kepada konsumen. Padahal label dapat memberikan nilai tambah sebagai alat komunikasi dan identifikasi produk.



Gambar 2. Packaging awal

2. Mendesain

Berkaca dari hasil observasi produk selanjutnya dilakukan pembuatan desain kemasan dengan memperhatikan berbagai aspek mulai dari bentuk, berat produk, pencantuman logo dan pencantuman label. Desain dibuat dengan konsep lokal sebagai daya tarik melalui nilai-nilai yang diambil dari masyarakat ekonomi kreatif pengolahan gula di Kulon Progo yang merupakan pekerjaan yang turun menurun dan merupakan kekayaan budaya lokal.



Gambar 3. Konsep Desain Packaging

Kemasan juga mencantumkan informasi produk secara detail dengan memberikan label sertifikasi produk juga yang sudah dilakukan, selain itu juga mencantumkan berbagai informasi lainnya baik komposisi maupun yang berkaitan dengan produk gula semut.

3. Pengaplikasian

Pengaplikasian dilakukan menerapkan desain yang sudah jadi ke dalam produk gula semut yang siap untuk di pasarkan. Pengaplikasian dilakukan sebagai lanjutan langkah pengabdian untuk memberikan sebuah konsep kemasan produk yang modern dan menarik.



Gambar 4. Pengaplikasian Packaging

4. Pelaksanaan partisipatif bersama mitra

Selanjut dalam pengabdian masyarakat ini memberikan sosialisasi kepada mitra tentang produk pengemasan terbaru yang sudah dibuat melalui komunikasi ceramah, diskusi, dan demonstrasi. Kegiatan partisipatif bersam mitra dilakukan untuk memberikan penguatan terhadap pengaplikasian produk dengan kemasan baru yang siap untuk dilakukan penjualan secara massal dan juga untuk menjaga keberlanjutan.



Gambar 5. pelaksanaan partisipasif mitra

5. Evaluasi

Pelaksanaan evaluasi dilakukan untuk memberikan gambaran kekurangan dan kelebihan dalam pelaksanaan program ini yang dilakukan bersama mitra. Pelaksanaan evaluasi dilakukan dengan dilakukan diskusi dengan menerima pendapat tentang kegiatan ini. Hasilnya mitra memberikan respon yang positif terhadap desain yang dibuat dengan berbagai konsep yang di cantumkan dalam segi kegunaan dan segi keindahan masyarakat sangat terbantu dalam membuat kemasan yang lebih modern.

Namun masyarakat juga memberikan masukan terkait kegiatan ini dalam printing desain yang harus dilakukan dengan jasa, karena alat yang belum memadai sehingga membuat sedikit naik ongkos produksi, walaupun begitu masyarakat tetap bisa menstabilkan harga pasar karena ongkos produksi yang dirasa masih cukup wajar untuk diterapkan.

Packaging produk yang lebih modern tentunya akan menjadi daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk. Modernisasi produk seperti packaging produk harapan akan tercapai kehidupan masyarakat yang lebih maju serta menjadi salah satu upaya meningkatkan ekonomi daerah (Widodo et al., 2023). Penguatan produk lokal dan peningkatan minat produk di suatu daerah akan membuat nilai tambah alam pemberdayaan di pedesaan. Karena berbagai struktur pemberdayaan ekonomi masyarakat di pedesaan pada hakikatnya mempunyai semangat juang untuk mencari nafkah dalam meningkatkan taraf ekonomi dan kualitas hidup (Johan et al., 2022). Disisi lain peran teknologi, kreativitas, gotong royong dan komitmen terhadap social kewirausahaan tentunya akan berdampak pada kebahagiaan dan kesejahteraan masyarakat (Widodo et al., 2021).

KESIMPULAN

Masyarakat ekonomi kreatif dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian tersebut dapat terbantu dengan menerapkan desain produk yang lebih modern dan menarik. Pengemasan yang lebih modern dengan mencantumkan label akan memberikan nilai jual yang lebih kepada konsumen untuk dapat tertarik dalam membeli produk. Disisi lain kemasan juga sebagai alat untuk komunikasi kepada konsumen terhadap barang yang akan mereka beli mempunyai identifikasi seperti apa saja. Kegiatan pengabdian masyarakat ini mendapatkan hasil mitra dapat mencapai pengetahuan dan kemampuan dalam membranding produk mereka dengan baik melalui berbagai aspek yang harus diperhatikan seperti kualitas produk yang dijual maupun dan nilai-nilai keindahan maupun budaya yang dapat diterapkan dalam mengkonsep kemasan yang lebih modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Arseto, D. D., Mardayanti, I., Haratikka, H., Alang Khairunnizar, M., Arfah, Y., Syahputra, A., & Gunawan, D. (2024). Pendampingan Pengemasan dan Pemberian Label Merek pada UMKM Gula Merah di Desa Paya Lombang. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1).
- Bessiere, J., & Tibere, L. (2013). Traditional food and tourism: French tourist experience and food heritage in rural spaces. *Journal of the Science of Food and Agriculture*, 93(14). <https://doi.org/10.1002/jsfa.6284>
- Dirzyte, A., & Valatka, V. (2023). Creative and Happy Individuals Concerned about Climate Change: Evidence Based on the 10th Round of the European Social Survey in 22 Countries. *Sustainability (Switzerland)*, 15(22). <https://doi.org/10.3390/su152215790>
- Fadhilah, Satyanegara, D., & Pertiwi, W. N. B. (2023). Pelatihan Desain Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Fungsi Komunikasi Pemasaran Produk Kopi Dadaman. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4).
- Farsani, N. T., Coelho, C., & Costa, C. (2011). Geotourism and geoparks as novel strategies for socio-economic development in rural areas. *International Journal of Tourism Research*, 13(1). <https://doi.org/10.1002/jtr.800>
- Fernández Bellver, D., Prados-Peña, M. B., García-López, A. M., & Molina-Moreno, V. (2023). Crafts as a key factor in local development: Bibliometric analysis. In *Heliyon* (Vol. 9, Issue 1). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13039>
- Gao, C., & Psenner, E. (2024). Transforming the Creative and Social Entrepreneurial Ecosystem: The Broker Roles of Rural Collaborative Workspaces. *Societies*, 14(6), 1–19. <https://doi.org/10.3390/soc14060081>
- Hiariy, L. S., Sahusilawane, W., & ... (2024). Pelatihan Pembuatan Kemasan Dan Peningkatan Mutu Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Abon Ikan Tuna. *BERNAS: Jurnal ...*, 5(1), 1055–1059. <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/bernas/article/view/6288%0Ahttps://ejournal.unma.ac.i>

- d/index.php/bernas/article/download/6288/4431
- Huang, T., & Anderson, E. (2019). Designing for Revitalization of Communities through New Business Models for Traditional Arts and Crafts. *Art and Design Review*, 07(04). <https://doi.org/10.4236/adr.2019.74018>
- Johan, A. B., Amalia, A. F., & Sudrajad, A. (2022). Identification of Creative Economy Empowerment Activities for the Vocational Village Community of Hargotirto Kulon Progo. *International Seminar Commemorating the 100Th Anniversary of Tamansiswa* /, 18(February), 485–489.
- Kalfas, D., Kalogiannidis, S., Ambas, V., & Chatzitheodoridis, F. (2024). Contribution of the Cultural and Creative Industries to Regional Development and Revitalization: A European Perspective. *Urban Science*, 8(2). <https://doi.org/10.3390/urbansci8020039>
- Karaca-Atik, A., Gorgievski, M. J., Meeuwisse, M., & Smeets, G. (2024). Possessing 21st-Century Skills and Building Sustainable Careers: Early-Career Social Sciences Graduates' Perspectives. *Sustainability (Switzerland)* , 16(8). <https://doi.org/10.3390/su16083409>
- Mbaiwa, J. E. (2011). Changes on traditional livelihood activities and lifestyles caused by tourism development in the Okavango Delta, Botswana. *Tourism Management*, 32(5). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.09.002>
- Morais, L. (2022). *Craft, Rural Revitalization, and Transnationalism: Preliminary Findings Concerning Three Case Studies in Shimane, Shizuoka, and Tochigi, Japan*. <https://doi.org/10.5117/9789048557820/icas.2022.055>
- Papadaki, E. (2024). Promoting Green Tourism Synergies with Cultural and Creative Industries: A Case Study of Greece. *Sustainability (Switzerland)*, 16(2). <https://doi.org/10.3390/su16020633>
- Richards, G. (2021). Making places through creative tourism? In *Cultural Sustainability, Tourism and Development: (Re)articulations in Tourism Contexts*. <https://doi.org/10.4324/9780367201777-4>
- Sanchis, R. A., Serrano, V. C., & Köster, P. R. (2016). Culture as a factor of socio-economic innovation in rural areas: The case of the artistic craftwork cluster of La Città Europea dei Mestieri d'Arte (CITEMA). *Ager*, 2016(20). <https://doi.org/10.4422/ager.2015.15>
- Widodo, Widodo, Mochamad Bruri Triyono, Putu Sudira, Arif Bintoro Johan, Suparmin, A. A. (2021). Transformation of Vocationalization of Village Communities Through Small and Medium Industries in Kulon Progo. *The 17th AASVET International Conference in 2021*, 418–426. <https://aasvet2021.yuntech.edu.tw/2021aasvet-e-papers.pdf>
- Widodo et.al. (2023). Pelatihan Dan Pengembangan Branding Produk Hacotan Craft Melalui Masyarakat Vokasional Dengan Digitalisasi. In *Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat Tahun 2021 Lembaga Penelitian, Pengembangan, dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP3M) Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*.

