

Original Research Paper

Pengembangan Industri Rumah Tangga Minyak Kelapa Melalui Inovasi Pengemasan Produk dan Digital Marketing di Desa Beleka

Novi Yanti Sandra Dewi¹, Mursal Ghazali², Azhari³, Hasri Kusuma Wardi⁴, Nurhayati Nurhayati⁵

¹*Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia;*

²*Program Studi Biologi, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Mataram, Mataram, Indonesia;*

^{3, 4, 5}*Program Studi Teknologi Hasil Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia.*

DOI: <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v6i2.3549>

Sitasi: Dewi, N. Y. S., Ghazali, M., Azhari, Wardi, H. K., & Nurhayati, N (2023). Pengembangan Industri Rumah Tangga Minyak Kelapa Melalui Inovasi Pengemasan Produk dan Digital Marketing di Desa Beleka. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3)

Article history

Received: 30 Maret 2023

Revised: 18 Mei 2023

Accepted: 25 Mei 2023

*Corresponding Author: Novi Yanti Sandra Dewi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia.
Email:

novi.yanti@ummat.ac.id

Abstract: Kegiatan ini dilakukan dalam rangka pemberdayaan masyarakat desa dan UMKM, terkhusus usaha mikro kecil skala industri rumah tangga dalam mengembangkan usahanya. Metode yang dilakukan dengan pelatihan inovasi pengemasan produk dan pemasaran secara digital, baik melalui media sosial serta platform jualan online. Hasil dari kegiatan ini telah berubahnya kemasan minyak goreng kelapa IRT di Desa Beleka. Dimana dulunya kemasan menggunakan botol mineral bekas yang dapat menyebabkan minyak goreng kelapa berbau apek, dan kini menjadi minyak goreng kelapa dalam kemasan berlabel dengan tutup yang rapat. Kegiatan ini juga menjadikan jangkauan pemasaran minyak goreng kelapa “Inaq Kake” semakin luas. Hal ini dikarenakan telah merambahnya pemasaran produk secara online, dimana sebelumnya hanya melakukan pemasaran secara langsung di pasar. Selain melakukan pelatihan, kegiatan ini juga melakukan pemberian bantuan kemasan dan label kepada mitra.

Keywords: Industri rumah tangga, minyak kelapa, pengemasan produk, digital marketing

Pendahuluan

Provinsi Nusa Tenggara Barat memiliki luas areal 59.387,09 ha dengan produksi buah kelapa yang dapat mencapai jumlah 58.963,04 ton. Kelapa merupakan salah satu komoditas yang multi manfaat mulai dari daun, batang dan buah. Buah kelapa yang terdiri atas sabut, tempurung, daging buah dan air kelapa, tidak ada yang terbuang, semuanya dapat diolah untuk menghasilkan produk industri seperti *nata de coco*, bahan baku margarine, dan minyak goreng. Pengolahan kelapa yang banyak dimanfaatkan untuk kebutuhan pokok adalah minyak goreng dan VCO khususnya masyarakat di Pulau Lombok. Salah satu daerah yang mengolah minyak goreng kelapa adalah Kabupaten Lombok Barat Di Desa Beleka Dusun Bilatepung.

Terdapat beberapa industri rumah tangga (IRT) minyak kelapa di Desa Beleka Dusun Bilatepung. Keberadaan IRT mempunyai implikasi yang cukup luas apabila potensinya dapat dioptimalkan. Hal ini dikarenakan IRT dapat menyerap tenaga kerja lebih banyak dan menjadi salah satu alat untuk mengentaskan kemiskinan. Sebagai usaha mandiri IRT dapat menjalankan kegiatan usahanya dalam berbagai kondisi usaha, baik dalam kondisi untung maupun rugi. Selain itu, IRT juga dapat menjadi salah satu alat pemberdayaan masyarakat guna mengoptimalkan potensi sumber daya alam terutama di pedesaan. Hal yang terpenting dalam suatu usaha termasuk IRT adalah kemasan dan pemasaran produk. Hampir semua bisnis baik bisnis besar maupun kecil sudah memakai digital marketing dengan pengemasan produk yang menarik. Terlebih lagi bagi bisnis kecil, digital marketing sangat membantu untuk menjangkau pemasaran yang lebih luas dan biaya rendah, seperti di marketplace facebook dan e-commerce (Setiawan et al., 2021).

Pelatihan dan pendampingan pelaku usaha dalam sektor industri kecil dan menengah termasuk IRT dan UMKM sangat dibutuhkan. IRT di Desa Beleka terbilang memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Namun potensi yang dimiliki belum dioptimalkan dengan baik dan masih terdapat permasalahan-permasalahan yang terjadi pada IRT diantaranya: 1) pengemasan minyak kelapa yang masih menggunakan botol bekas

sehingga mempengaruhi kualitas minyak kelapa yang dipasarkan (2) penjualan minyak kelapa masih dilakukan secara konvensional dengan menjual langsung dipasar. Hal ini disebabkan kurangnya pemahaman pelaku IRT terhadap pentingnya kemasan sebuah produk dan penggunaan media digital dalam pemasaran.

Padahal di zaman milenial seperti sekarang ini menuntut pelaku usaha IRT untuk bisa memanfaatkan teknologi secara optimal sebagai media pemasaran produk melalui beberapa media sosial ataupun toko online yang tersedia. Hal ini tentunya juga harus didukung dengan kemasan produk yang menarik dan dapat menjaga kualitas produk (Lusianingrum et al., 2021; Wijaya et al., 2021). Pengemasan yang baik dan pebelan produk dapat membuat calon konsumen yakin akan kualitas produk (Widiati, 2019; Wijaya et al., 2021). Dengan demikian calon konsumen akan memutuskan untuk membeli (Legowo et al., 2018; Reniati et al., 2021). Namun pengemasan yang baik dan pebelan produk serta pemasaran produk digital belum dilakukan oleh pelaku usaha IRT di Desa Beleka. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam pengemasan produk serta mengaplikasikan penggunaan media sosial dan aplikasi jualan online.

Pemasaran digital dapat meningkatkan omset penjualan rata-rata perbulan sebesar 172% sebagaimana hasil pengabdian yang dilakukan oleh Nur Syakherul Habibi dkk yang dilakukan pada UMKM keripik pisang di Desa Larangan Tokol Jawa Timur (Habibi et al., 2022). Jangkauan pemasaran produk juga akan semakin luas jika menggunakan sistem pemasaran online (Dewi et al., 2022; Rohimah, 2019). Selain itu, pemasaran digital juga dapat menarik lebih banyak calon konsumen (Solihin et al., 2021; Wahyujatmiko et al., 2018). Proses jual beli secara digitalpun sangat mudah karena tidak mengharuskan penjual dan pembeli bertatap muka langsung di toko (Nisa et al., 2018; Setiawan et al., 2019)

Saat ini berbagai hal dapat dilakukan hanya dari genggaman tangan melalui handphone (Sukarnoto et al., 2021; Syarifuddin et al., 2022). Tak terkecuali aktivitas jual beli yang dapat dilakukan secara online. Kegiatan berbelanja banyak dilakukan secara online melalui e-

commerce (Azlam & Asse, 2018; Maulidasari & Damrus, 2020; Shiratina et al., 2020). Hal ini menjadikan permintaan barang secara online mengalami peningkatan, sehingga menuntut para penjual untuk ikut *go online* dan melakukan pemasaran produk melalui *e-commerce* (Syarifuddin et al., 2022; Dewi et al., 2022).

Tujuan dari kegiatan ini adalah melakukan pelatihan dan pendampingan inovasi pengemasan produk dan digital marketing. Kegiatan dilakukan kepada IRT minyak kelapa yang berada di Desa Beleka guna meningkatkan daya saing dan pemasaran produk minyak kelapa IRT.

Metode

Metode yang digunakan tim pengabdian dalam kegiatan ini adalah *Participatori Rural Appraisal* (PRA). Metode ini melibatkan mitra dalam setiap tahapan kegiatan (Muanah et al., 2022). Tahapan kegiatan atau langkah-langkah solusi atas permasalahan mitra yaitu sebagai berikut:

- a. Tahap koordinasi dan sosialisasi dengan mitra.
Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan mitra terkait penentuan tempat dan waktu kegiatan, peralatan yang digunakan, dan jumlah peserta yang terlibat dalam kegiatan. Koordinasi ini dilakukan baik secara langsung maupun melalui aplikasi *whatsapp*.
- b. Tahap penyuluhan inovasi pengemasan produk dan digital marketing.
Sebelum pelaksanaan pelatihan dilakukan penyuluhan terlebih dahulu. Penyuluhan ini tentang inovasi pengemasan produk dan digital marketing.
- c. Tahap pelatihan pengemasan produk.
Setelah dilakukan penyuluhan maka dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan produk.
- d. Tahap pelatihan digital marketing.
Pelatihan digital marketing dengan memanfaatkan beberapa media sosial dan aplikasi jualan online dilakukan setelah pengemasan produk.
- e. Tahap pendampingan operasional kegiatan

Tim pengabdian juga akan melakukan pendampingan operasional kegiatan guna membantu mitra jika mengalami hambatan dalam inovasi pengemasan produk dan digital marketing.

- f. Tahap monitoring dan evaluasi
Evaluasi dilakukan dengan memberikan tugas untuk melakukan pengemasan produk yang inovatif dan pemasaran produk secara online.

Tahapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat diatas dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan kegiatan

Selain dari keterlibatan mitra dalam setiap tahapan di atas, mitra juga menyediakan tempat untuk melaksanakan kegiatan.

Hasil dan Pembahasan

Sebelum dilakukan pelatihan pengemasan produk, tim pengabdian melakukan pelatihan tentang branding dan pebelan produk agar produk lebih menarik. Dimana pada awalnya produk minyak goreng kelapa ini tidak ada brand dan lebelnya. Tim berdiskusi dengan pelaku usaha IRT minyak goreng kelapa tentang *brand* produk, maka disepakati brand produk “Inaq Kake” yang arti dalam bahasa Indonesianya “bibi”. *Brand* dan pelabelan kemasan seperti

dalam gambar 2 dan 3 berikut.



Gambar 2. Brand produk inaq kake



Gambar 3. Pelabelan di kemasan produk

Kemasan produk minyak goreng kelapa yang lama hanya menggunakan botol mineral bekas (gambar 4) yang dicuci kemudian ditiriskan. Akan tetapi tidak jarang mitra memasukkan minyak goreng kelapa dengan keadaan botol yang masih belum kering. Hal ini tentu menjadi masalah besarkarena menjadikan minyak bercampur dengan air. Kadar air yang tinggi dalam minyak menyebabkan minyak berbau tengik. Selain itu, bau tengik ini juga disebabkan oleh tidak baiknya tutup kemasan minyak goreng kelapa. Akibatnya daya simpan produk menjadi rendah (Nurhayati et al., 2022).



Gambar 4. Kemasan produk sebelum pelatihan

Selain pelatihan diatas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini juga

memberikan botol kemasan dan lebel produk kepada mitra secara gratis. Pelatihan pengemasan produk secara baik dilakukan dengan menggunakan corong untuk memasukkan minyak goreng kelapa ke dalam botol. Hal ini perlu dilakukan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan produksi, karena dengan cara ini tidak ada minyak yang tercecer saat pengemasan seperti dalam gambar 5 berikut.



Gambar 5. Pelatihan pengemasan produk

Pelatihan pengemasan produk dengan menggunakan botol yang baru dan tutup yang rapat, menjadikan produk minyak kelapa inaq kake layak untuk dipasarkan kepada calon konsumen. Penggunaan botol sebagai kemasan menjadikan produk menjadi lebih menarik dan tetap menjaga kualitas produk (Sulastris et al., 2021). Hal ini terlihat seperti dalam gambar 6 berikut ini.



Gambar 6. Kemasan produk setelah pelatihan

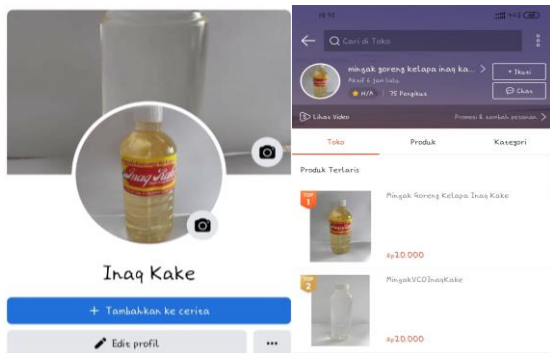
Kemasan produk yang menarik juga harus diiringi dengan peningkatan penjualan melalui strategi marketing yang disesuaikan dengan perkembangan zaman. Selama ini IRT minyak goreng kelapa hanya menjual produknya secara langsung di pasar dengan jumlah penjualan satu orang. Padahal di zaman milenial seperti sekarang ini menuntut seorang penjual untuk bisa

memanfaatkan teknologi dengan menjual barang-barang melalui beberapa media sosial ataupun market place yang tersedia. Tim melakukan pelatihan digital marketing berbasis android. Pelatihan pemasaran produk secara online dilakukan di beberapa media sosial dan platform jualan online.



Gambar 7. Pelatihan digital marketing

Pelatihan digital marketing meliputi pelatihan pembuatan akun media sosial khusus untuk berjualan yang meliputi praktek pembuatan facebook, instagram dan *Whats App Business*. Selain itu juga pelatihan membuat lapak jualan online di shopee seperti yang dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 8. Digital marketing

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat disajikan dalam bentuk kekurangan dan kelebihan yang diuraikan dalam beberapa poin berikut ini.

1. Kekurangan

- a. Meskipun pelaku usaha di industri inaq kake mempunyai handphone android tapi mereka kesulitan untuk melakukan

pemasaran produk secara online. Hal ini karena mereka dapat dikategorikan dalam kelompok usia tua sehingga tidak terlalu mahir dalam menggunakan handphone android.

- b. Tenaga kerja yang ada di industri rumah tangga inaq kake terbilang kurang. Hal ini terbukti dari adanya satu orang saja yang bertugas untuk menjual produk secara langsung di pasar.

2. Kelebihan

- a. Adanya sumber daya alam pohon kelapa yang melimpah menjadikan IRT inaq kake mudah untuk mendapatkan bahan baku untuk melakukan produksi, sehingga keberlangsungan produksi tidak perlu dikhawatirkan.
- b. Sinyal internet yang stabil di daerah IRT inaq kake menjadikan pelaku usaha dapat memasarkan produk secara online tanpa adanya hambatan sinyal.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada mitra dan mahasiswa yang terlibat dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram serta Majelis Pendidikan Tinggi Penelitian dan Pengembangan Pimpinan Pusat Muhammadiyah yang telah memberi dukungan finansial dalam hibah program RisetMu Batch VI dengan skema Hibah pengabdian kepada masyarakat tahun Anggaran 2022.

Daftar Pustaka

Azlam, R., & Asse, A. (2018). STRATEGI PEMASARAN ONLINE (STUDI KASUS FACEBOOK MARKETING WARUNK BAKSO MAS CINGKRANK DI MAKASSAR) Online Marketing Strategy (Case Study of Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank in Makassar). In *Jurnal Komunikasi KAREBA* (Vol. 7, Issue 2). <http://upeks.fajar.co.id>,

Dewi, N. Y. S., Muanah, M., Ghazali, M., & Nurhayati, N. (2022). PELATIHAN DIGITAL MARKETING SEBAGAI

- UPAYA PENINGKATAN PRODUKTIVITAS INDUSTRI MINYAK KELAPA. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(5). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i5.10810>
- Habibi, N. S., Fitrianti, R. N., Efendi, J., & Kasanova, R. (2022). Pengembangan Pemasaran Produk UMKM Di Desa Larangan Tokol Jawa Timur. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 6(3), 2275–2288.
- Irawan, D., Triana, N., Suwarni, L., & Selviana. (2020). Edukasi Protokol Kesehatan Dan Strategi Pemasaran Online Melalui Program Kemitraan Masyarakat Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 4(4), 660.
- Legowo, H., Wulandari, R., & Oktyawati, D. (2018). Pelatihan Pengemasan Produk Wingko Ungu Hasil Produksi Kelompok Usaha Wingko Ungu Desa Banjararum, Kecamatan Kalibawang, Kabupaten Kulon Progo. *Jurnal Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 1(2), 91. <https://doi.org/10.22146/jp2m.43466>
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlash. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Maulidasari, C. D., & Damrus, D. (2020). Dampak Pemasaran Online Di Era Covid-19. *Jurnal Bisnis Dan Kajian Strategi Manajemen*, 4(2), 233–245. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v4i2.2620>
- Muanah, M., Yanti Sandra Dewi, N., Ghazali, M., Azhari, Kusuma Wardi, H., & Nurhayati, N. (2022). Implementasi Mesin Peras Santan Tipe Screw Guna Meningkatkan produktivitas Minyak Kelapa Di IKM-Al Iffah. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(4), 364–368. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v5i4.2553>
- Nisa, K., Laili, A., Qolbiyatul, S., & Suyanto, M. (2018). Strategi Pemasaran Online dan Offline. *Abdikarya: Jurnal Karya Pengabdian Dosen Dan Mahasiswa*, 01(1), 55–60. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/abdikarya/article/view/2018>
- Nurhayati, N., Marianah, M., Sari, D. A., Asmawati, A., Syafitri, D., Ihromi, S., & Ghazali, M. (2022). PENERAPAN TEKNOLOGI PROSES UNTUK KEBERLANGSUNGAN PRODUKSI MINYAK GORENG KELAPA DI DUSUN BILATEPUNG. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), Art. 2. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i2.9563>
- Reniaty, R., Sumiyati, S., & Akbar, M. F. (2021). Pelatihan pengolahan ikan dan pengemasan produk pertanian untuk pengembangan industri hilir desa Labuh Air Pandan. *ABSARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 41–48. <https://doi.org/10.29408/ab.v2i1.3442>
- Rohimah, A. (2019). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 91. <https://doi.org/10.21070/kanal.v6i2.1931>
- Setiawan, T. F., Suharjo, B., & Syamsun, M. (2019). Strategi Pemasaran Online UMKM Makanan (Studi Kasus di Kecamatan Cibinong). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 13(2), 116. <https://doi.org/10.29244/mikm.13.2.116-126>
- Setiawan, I., Ibrahim, Isnaini, Anugrah, M., Aslamiah, M., & Nurhayati. (2021). Peran Pasar Digital di Era Pandemi pada Wirausaha Muda di Banyumulek. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 4(4), Art. 4. <https://doi.org/10.29303/jpmpi.v4i4.1161>
- Shiratina, A., Indika, D. R., Komariyah, I., Kania, D., Solihin, E. H., Kunci, K., Online, I., Online, P., Minat, D., & Konsumen, B. (2020). Pemasaran Online Melalui Penerapan Iklan Secara Digital. In *Jurnal Sain Manajemen* (Vol. 2, Issue 1). <http://ejournal.ars.ac.id/index.php/jsm/index>
- Solihin, D., Ahyani, A., Karolina, K., Pricilla, L., & Octaviani, I. S. (2021). Pelatihan Pemasaran Online Berbasis Digital Untuk Meningkatkan Penjualan Bisnis Online Pada Umkm Di Desa Cicalengka Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. *Dedikasi Pkm*, 2(3), 307. <https://doi.org/10.32493/dedikasiipkm.v2i3.10726>

- Sukarnoto, T., Nurjati, N., & Rani, V. (2021). Era Digitalisasi Media Pemasaran Online Pengembangan Usaha Mikro Kecil. *Etos : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.47453/etos.v3i1.352>
- Sulastrri, Y., Ibrahim, I., Ghazali, M., & Nurhayati, N. (2021). IMPLEMENTASI ALAT PENGUPAS DAN MESIN PARUT KELAPA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN KAPASITAS PRODUKSI MINYAK KELAPA DI IKM SAKRA TIMUR. *SELAPARANG Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(2), 274–279. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i2.3503>
- Syarifuddin, U., Ilyas, G. B., Misbahuddin, Mustafa, H., & Sani, A. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kerajinan Anyaman Rotan dan Bambu melalui Pemasaran Online di Kecamatan Ma’rang Kabupaten Pangkep. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 2(2), 1–24. www.ekrut.com
- Wahyujatmiko, S., Hadi, I. Y., Tinggi, S., Ekonomi, I., Ekatana, I., & Yogyakarta, U. (2018). *MANAJEMEN PEMASARAN ONLINE MAKARONI HUHHAH YOGYAKARTA* (Vol. 9, Issue 2). Oktober.
- Widiati, A. (2019). Peranan Kemasan Dalam Meningkatkan Pemasaran Umkm Di Mas Pack Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67–76.
- Wijaya, A. L., Fauziah, M. N., & Pangastuti, P. K. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk dan Pengelolaan Akun Marketplace pada Usaha Mikro ”Namida” Masker Magetan. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 150–154. https://doi.org/10.32764/abdimas_ekon.v2i3.2122
- Yanti, N., & Dewi, S. (n.d.). *Increasing Tourism and Halal Products in The Mandalika Circuit Area Through Sharia Homestay*. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.3958>