

Inovasi Teknologi Kemasan dan Desain Logo untuk Meningkatkan Kualitas Produk “Gula-Gula Taiminya” di Desa Latuhalat Kota Ambon Provinsi Maluku

Golda Tomasila ^{1*}, Goldy Valendria Nivaan ², Moses Tomasila ³

¹⁻³ Universitas Kristen Indonesia Maluku

* tomasilagolda@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Latuhalat, Kota Ambon Provinsi Maluku, dengan peserta kegiatan adalah kelompok anggrek yaitu ibu-ibu rumah tangga yang mengembangkan inovasi makanan khas Latuhalat berbahan dasar kelapa menjadi permen atau disebut “gula-gula taiminya” dalam bahasa lokal. Tujuan utama kegiatan pengabdian ini adalah dapat membantu kelompok usaha dalam hal manajemen produksi dan pemanfaatan teknologi untuk mengembangkan produk menjadi menarik dan memperluas pemasaran. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilakukan dengan 4 tahapan yaitu tahap persiapan, tahap pelaksanaan kegiatan dibarengi dengan evaluasi selama berlangsungnya kegiatan serta tahap keberlanjutan program yaitu produk gula-gula taiminya dapat memiliki kemasan yang lebih menarik dan dapat dipasarkan di media sosial. Manfaat yang diperoleh dari hasil kegiatan yaitu dihasilkan desain kemasan dan logo produk serta pembuatan akun media sosial untuk pemasaran. Kesimpulan yang diperoleh adalah kegiatan berjalan dengan sangat baik, dimana tim berhasil melaksanakan inovasi teknologi kemasan dan desain logo untuk produk gula-gula taiminya kelompok anggrek sehingga menghasilkan kemasan baru untuk membantu kelompok usaha dalam hal penguatan *branding* produk dan dapat dipasarkan secara luas lewat media sosial.

Kata Kunci: *Teknologi Kemasan, Desain Logo, Produk, Gula-gula, Taiminya*

Pendahuluan

Masyarakat Latuhalat memiliki industri rumah tangga yang mengolah berbagai macam potensi hasil alam, salah satunya adalah kelapa (Hasanela et al., 2022). Pengolahan kelapa yang terkenal di desa Latuhalat dinamakan “taiminya”. Istilah “Taiminya” berasal dari sisa olahan kelapa yang dimasak hingga menjadi minyak dan biasanya masih diolah secara tradisional dalam skala kecil. “Taiminya” dapat diolah menjadi berbagai macam produk makanan seperti sambal, dicampur dengan olahan sayur, dan lain-lain dan ini menjadi ciri khas tersendiri dan menjadi budaya dari masyarakat di Desa Latuhalat.

Seiring dengan perkembangan zaman, seakan makanan khas tersebut tidak lagi diperkenalkan karena maraknya produk-produk kekinian yang lebih diminati. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi ibu-ibu rumah tangga di Desa Latuhalat, yaitu

bagaimana mempertahankan makanan khas tersebut. Dikembangkan suatu inovasi dari sisa olahan kelapa “taiminya” menjadi produk gula-gula atau permen yang dikenal dengan nama “gula-gula taiminya”.

Jika dilihat dari potensi produk yang dihasilkan, “gula-gula taiminya” sebagai produk lokal masih dapat dikembangkan lagi guna memperkenalkan makanan tradisional khas Maluku sehingga memiliki nilai jual lebih untuk dipasarkan secara luas. Suatu Inovasi untuk penguatan branding produk dengan memanfaatkan teknologi kemasan serta pembuatan logo merupakan upaya meningkatkan manajemen produksi dari segi daya jual produk untuk menarik minat konsumen serta membantu pemasaran produk secara digital.

Dalam proses penjualan untuk menarik minat pasar atau konsumen tentunya kemasan memiliki peranan penting. Kemasan yang menarik akan meningkatkan citra produk dan menjadi nilai jual tersendiri bagi suatu produk (Badri, Pratisti, & Putri, 2022). Kemasan mempunyai arti yang sangat penting karena kemasan tidak hanya digunakan sebagai pelindung terhadap isi produk saja tetapi juga digunakan untuk menyenangkan dan memikat hati konsumen (Sutarti, Anharudin, & Maulana, 2023). Sehingga diperlukan suatu solusi untuk meningkatkan nilai jual dari produk tersebut, dengan memperkenalkan berbagai desain kemasan yang dapat menjadi alternatif pilihan bagi kelompok anggrek serta menyajikan suatu citra produk yang bernilai jual tinggi. Kemasan yang menarik dan kekinian terbukti meningkatkan omset penjualan (Sutarti et al., 2023).

Desain kemasan tidak terlepas dari adanya label berupa *brand* atau logo sebagai citra produk yang melekat. Dimana kelompok anggrek belum memiliki adanya logo sebagai identitas produk yang dijual. Sehingga perlunya perancangan logo yang dapat membantu kelompok anggrek dalam memasarkan hasil produknya. Logo yang dihasilkan diharapkan dapat membantu dalam penguatan *branding* produk (Agustina, Dwanoko, & Suprianto, 2021). Logo sangat penting bagi sebuah merek produk dan usaha yang dijalani (Alwi, et al., 2024). Logo adalah citra usaha sehingga perlu dirancang dengan baik (Huang, 2022). Logo yang akan dirancang dikhususkan untuk produk gula-gula taiminya yang berbahan dasar air kelapa dan santan.

Selanjutnya dalam proses manajemen produksi dan pemasaran, kelompok anggrek memerlukan suatu akses pemasaran yang luas guna memperkenalkan produk “gula-gula taiminya” yaitu melalui internet, dimana jumlah pengguna internet diprediksi mencapai sekitar 212,2 juta pengguna ditahun 2023. Sehingga tujuan dilakukannya pengenalan pemasaran melalui media digital yaitu untuk menjangkau para konsumen dengan cepat dan dapat memperkenalkan lebih luas produk gula-gula taiminya. Dan dapat dikatakan bahwa pemasaran melalui media digital memiliki kelebihan dibandingkan dengan pemasaran konvensional (Siagian, Martiwi, & Indra, 2020; Sufaidah et al., 2022).

Berdasarkan hasil diskusi dan analisis situasi yang ada pada kelompok anggrek, waimahu, Desa Latuhalat, maka ditemukan bahwa: (1) Kurangnya pemahaman terhadap pemanfaatan teknologi kemasan dan desain logo. Produk yang dihasilkan hanya dikemas secara tradisional dengan menggunakan kertas minyak tanpa diberi label atau logo sebagai upaya peningkatan *branding* produk dari segi manajemen. (2) Kurangnya pemahaman mengenai pemasaran digital dengan pemanfaatan media sosial untuk

mempromosikan produk yang dihasilkan, karena kebanyakan diolah dan dijual secara konvensional jika terdapat pesanan.

Oleh sebab itu, tim pengabdian mengusulkan kegiatan Inovasi Teknologi Kemasan Dan Desain Logo Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Gula-Gula Taiminya Di Desa Latuhalat Kota Ambon Provinsi Maluku, yang berfokus pada sosialisasi dan pelatihan peningkatan *branding* produk lewat teknologi kemasan dan desain logo serta sosialisasi dan pelatihan pemasaran digital lewat media sosial kepada kelompok anggrek. Melalui Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan produk gula-gula taiminya memiliki kemasan yang lebih menarik.

Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di waimahu, Desa Latuhalat dengan mitra kelompok anggrek berlangsung selama satu (1) hari pada tanggal 4 Mei 2024. Kegiatan diikuti oleh kurang lebih 15 orang, dan dimulai pada pukul 10.00 WIT sampai selesai. Adapun metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan 4 tahapan seperti gambar 1 berikut ini:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap Persiapan

Pada tahap persiapan dilakukan koordinasi dan diskusi terkait kondisi mitra, serta menyepakati waktu kegiatan. Dimana Tim pengabdian masyarakat melakukan diskusi dan koordinasi serta analisis situasi untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh kelompok anggrek dalam proses produksi dan pemasaran.

Tahap Pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan dilakukan oleh Tim Pengusul yang terdiri dari 2 orang di bidang Teknik informatika dan 1 orang dibidang Ekonomi Manajemen bersama dengan 1 orang mahasiswa yang dilibatkan dalam kegiatan ini. Kegiatan akan dilaksanakan selama 1 hari. Kegiatan dimulai dengan doa dan penjelasan awal mengenai maksud pelaksanaan, selanjutnya para narasumber berjumlah 2 orang, memberikan sosialisasi dan pelatihan mengenai teknologi kemasan, desain logo. Dan dilanjutkan dengan kegiatan sosialisasi dan pelatihan pemasaran secara digital melalui media sosial.

Tahap Evaluasi

Pada tahap evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM dilakukan selama berlangsungnya kegiatan mulai dari persiapan hingga pelaksanaannya. Beberapa aspek yang digunakan untuk proses evaluasi, sebagai berikut:

- a) Pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal
- b) Koordinasi internal Tim dan koordinasi dengan Mitra
- c) Jumlah kehadiran peserta
- d) Kemasan logo dan pemasaran digital

Tahap Keberlanjutan Program

Pada tahap keberlanjutan program setelah kegiatan PKM ditunjukkan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Rencana Tindak Lanjut

No.	Rencana Tindak Lanjut	Deskripsi
1	Produk gula-gula tainya	Memiliki kemasan yang lebih menarik dan dapat dipasarkan di media sosial

Hasil dan Pembahasan

Teknologi kemasan dan logo sangat dibutuhkan dalam suatu industri rumah tangga yang ingin mengembangkan produk yang dimiliki, memberikan nilai jual lebih (Framita & Maulita, 2020) dan dapat membedakan dari produk lainnya. Jika produk yang dikemas dengan baik maka sudah siap dipasarkan namun target pasar yang dimaksud harus dapat diperluas jangkauannya jika ingin meningkatkan jumlah produksi dan penjualan. Hal ini merupakan strategi manajemen bisnis dan pemasaran yang digabungkan dengan kekuatan pemanfaatan teknologi.

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan terbagi menjadi 2 sesi kegiatan. Pada sesi pertama yaitu dilakukan sosialisasi mengenai pengenalan teknologi kemasan dan desain logo untuk meningkatkan *branding* produk gula-gula tainya dan sekaligus melakukan pelatihan pengemasan dan desain logo produk kepada kelompok anggrek. Dimana kelompok anggrek dilatih untuk melakukan pengemasan produk agar lebih menarik, Adapun desain logo yang dibuat tidak sekedar menggambarkan produk yang dihasilkan namun akan dilengkapi dengan Qrcode yang ketika diakses akan mengarahkan ke lokasi usaha kelompok anggrek beserta informasi kontak pemesanan.

Pada sesi kedua yaitu dilakukan sosialisasi mengenai pengenalan pemasaran produk lewat media sosial seperti instagram, facebook dan lain sebagainya. Sekaligus membantu kelompok anggrek untuk pembuatan media sosial untuk penjualan produknya. Dari berbagai solusi yang dilakukan merupakan gambaran IPTEKS dari manajemen dan teknologi.

Selanjutnya pada akhir kegiatan ditutup dengan kegiatan makan bersama dengan kelompok anggrek sekaligus membahas mengenai keberlanjutan program dimana kelompok anggrek dapat menerapkan pengetahuan dan pelatihan yang telah diperoleh selama kegiatan dengan menghasilkan kemasan produk gula-gula tainya dengan lebih menarik dan dapat dipasarkan di media sosial. Adapun beberapa dokumentasi selama kegiatan seperti berikut ini:



Gambar 2. Sosialisasi Mengenai Pengenalan Teknologi Kemasan dan Desain Logo



Gambar 3. Pelatihan Teknologi Kemasan dan Desain Logo



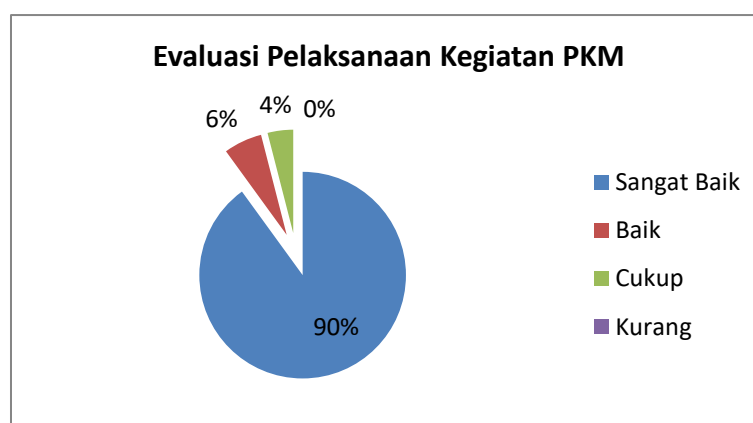
Gambar 4. Sosialisasi dan Pelatihan Pemasaran Digital Lewat Media Sosial



Gambar 5. Foto bersama peserta dan tim pengabdian

Evaluasi dilakukan setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Adapun beberapa aspek yang diperhatikan dalam proses evaluasi, yaitu :

1. Pelaksanaan kegiatan sesuai jadwal. Kegiatan berlangsung sesuai dengan jadwal kegiatan yaitu pada bulan Mei, pukul 10.00 WIT bertempat di dusun waimahu, Desa Latuhalat.
2. Koordinasi internal tim PKM dan koordinasi dengan kelompok anggrek. Koordinasi internal tim pkm dan koordinasi dengan kelompok anggrek berjalan dengan baik, dimana pada kegiatan tim menghadirkan 2 narasumber untuk sosialisasi dan pelatihan teknologi kemasan, desain logo dan pemasaran digital menggunakan media sosial.
3. Jumlah kehadiran peserta. Peserta yang hadir pada kegiatan kurang lebih berjumlah 15 orang.
4. Teknologi kemasan logo dan pemasaran digital. Terhadap proses sosialisasi dan pelatihan teknologi kemasan dan desain logo serta pemasaran digital lewat media sosial, proses evaluasi dilakukan untuk mengetahui seberapa paham tingkat pemahaman peserta terhadap pelaksanaan kegiatan PKM, dengan cara membagikan kuesioner dengan beberapa indikator penilaian yaitu pemahaman materi, pelatihan, dan kemasan produk. Hasil yang diperoleh yaitu: rata-rata 90% peserta memberikan tanggapan sangat baik terhadap pelaksanaan PKM yang dilaksanakan. Sekitar 6% peserta yang memberikan tanggapan baik, sedangkan 4% memberikan tanggapan cukup terhadap kegiatan PKM yang dilaksanakan dan tidak ada yang menanggapi kurang.



Gambar 6. Persentase Hasil Evaluasi Peserta terhadap kegiatan PKM

Pada Tahap keberlanjutan program, kelompok anggrek berhasil mengemas produk gula-gula tainya dengan kemasan yang baru, adapun kemasan yang dihasilkan sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan terlihat pada gambar 7 dan 8 sebagai berikut:



Gambar 7. Produk Gula-gula tainya dengan kemasan lama



Gambar 8. Produk Gula-gula tainya kemasan yang baru

Kesimpulan

Dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan dengan sasaran kelompok anggrek yaitu kelompok ibu-ibu rumah tangga yang mengolah produk gula-gula taiminya Waimahu Desa Latuhalat berhasil dilaksanakan dengan baik. Adapun manfaat yang dapat diberikan yaitu bagi kelompok anggrek dapat memahami mengenai peningkatan *branding* produk dengan teknologi kemasan, desain logo, dan pemasaran digital lewat media sosial. Selain itu dapat langsung mempraktekan dengan pelatihan kemasan dan desain logo untuk mengemas produk gula-gula taiminya lebih menarik lagi. Dari segi teoritik dapat dikemukakan bahwa penguatan branding produk sangat penting dengan pemanfaatan teknologi kemasan dan desain logo serta perluasan pemasaran dengan memanfaatkan media sosial.

Ucapan Terimakasih

Terimakasih Kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Indonesia Maluku dan Kelompok Anggrek Waimahu, Desa Latuhalat Provinsi Maluku.

Referensi

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk. *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Ipteks SOLIDARITAS*, 4, 69–76.
- Alwi, N. M., Anu, Z., Ningsih, S., & Ardiansyah, A. (2024). Pelatihan Membuat Karya Desain Logo Packaging Melalui Aplikasi untuk Meningkatkan Kualitas Marketing UMKM. *Sinar Sang Surya (Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 8(1), 44–55.
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PakMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Framita, D. S., & Maulita, D. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Pengemasan, Labelling dan Branding Produk di Desa Sukratu Kecamatan Cikeusal Kabupaten Serang. *BERDAYA: Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 107–118. <https://doi.org/10.36407/berdaya.v2i3.254>
- Hasanela, N., Sohilait, H. J., Malle, Y. T., Siahaya, A. N., Fransina, E. G., Laratmase, M., & Olong, I. (2022). Peningkatan Nilai Ekonomis Buah Kelapa Melalui Pelatihan Pembuatan Kecap Dari Air Kelapa di Desa Morella. *Jurnal Warta Desa (JWD)*, 4(1), 8–12. <https://doi.org/10.29303/jwd.v4i1.177>
- Huang, T. (2022). Importance of Logo and Packaging for Brand Remodeling. *Highlights in Art and Design*, 1(1), 44–49. <https://doi.org/10.54097/hiaad.v1i1.1693>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Sufaidah, S., Munawwarah., Aminah, N., Prasasti, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152–156.

Sutarti, Anharudin, & Maulana, B. (2023). Product Packaging Innovation as a Means of Increasing Consumer Attractiveness in UMKM Kubang Jaya Village. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 187–195.
<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v7i1.13319>