
Pemanfaatan Potensi Sumberdaya Desa Pondokjoyo Melalui Branding Kemasan UMKM dan Pelatihan Hidroponik

Tri Agustina Nugrahani¹, Muhammad Fidyan Mega Alamsyah², Igit Ginanjar Pranowo³, Fitria Nanda Fransisca Putri⁴, Dinara Falif Novfitri⁵, Ahmad Yusron Fahmi⁶, Ayu Triyani Rahmawati⁷, Risma Nawinda Mukti⁸, Julio Andrea Wijaya⁹, Violeta Sri Prabaningtyas¹⁰, Karina Nine Amalia¹¹
^{1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11}Universitas Jember

*e-mail: tina@unej.ac.id¹, fidyamega@gmail.com², igiginanjarpranowo@gmail.com³, fitrianandaputri10@gmail.com⁴, dinar.falif@gmail.com⁵, ahmadyusron821@gmail.com⁶, ayurahma6@gmail.com⁷, rismanawinda@gmail.com⁸, andrejulio1307@gmail.com⁹, violle201@gmail.com¹⁰, karina@unej.ac.id¹¹

Nomor Handphone Untuk keperluan koordinasi : 081803456926

Abstrak

Desa Pondokjoyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember memiliki kondisi lingkungan untuk ditanami berbagai komoditas pangan dan perkebunan seperti padi, singkong, jagung dan tebu namun di sisi lain kondisi lingkungan yang berupa tanah kering serta suhu yang panas yang berakibat tidak sesuai apabila lahan pertanian ditanami sayuran. Kondisi tersebut menyebabkan masyarakatnya bergantung pada tanaman pangan dalam memenuhi kebutuhannya. Tujuan Kegiatan KKN dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah untuk meningkatkan branding kemasan UMKM Kerupuk Singkong melalui packaging yang menarik serta menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam budidaya hidroponik melalui pelatihan sehingga dapat diaplikasikan untuk pemenuhan kebutuhan sayur skala rumah tangga dan industri. Adapun peserta kegiatan ini meliputi berbagai stakeholder seperti kolaborasi pemuda desa dan karang taruna yang berjumlah 20 orang. Tahapan kegiatan KKN dalam Pengabdian Kepada Masyarakat meliputi dua tahap yaitu: tahap persiapan dan tahap pelatihan/pendampingan. Observasi lokasi dilaksanakan pada bulan Juli-Agustus 2022, kegiatan ini yang berupa persiapan dilaksanakan pada tanggal 23 Juli-1 Agustus 2022 dan pelatihan dilaksanakan sampai tanggal 26 Agustus 2022

Kata kunci: Pondokjoyo, KKN, branding

Abstract

Pondokjoyo Village, Semboro District, Jember Regency has environmental conditions for planting various food commodities and plantations such as rice, cassava, corn and sugarcane, but on the other hand environmental conditions in the form of dry soil and hot temperatures which result in inappropriate if agricultural land is planted with vegetables. This condition causes the community to depend on only mobile vegetable sellers to meet their needs. The purpose of this Community Service Community Service (PKM) activity is to improve the branding of cassava chips UMKM packaging through attractive packaging and increase the knowledge and skills of the community in hydroponic cultivation through training so that it can be applied to fulfill household and industrial scale vegetable needs. The participants of this activity included various stakeholders such as the collaboration of village youth and the Youth Organization which amounted to 20 people. The stages of KKN activities in Community Service include two stages, namely: the preparation stage and the training/assistance stage. Location observations were carried out in July-August 2022, this activity in the form of preparation was carried out on 23 July-1 August 2022 and training was carried out until 26 August 2022.

Keywords: Pondokjoyo, KKN, branding

1. PENDAHULUAN

Negara Indonesia merupakan sebuah negara agraris yang memiliki lahan pertanian hingga 107 juta hektar dari total luas daerah daratan Indonesia yang mencapai 192 juta hektar

(Hambali et al, 2016). Dengan luasnya lahan pertanian, beragam pangan yang berasal dari daerah di Indonesia dapat dijadikan alternatif dan perlu dikembangkan untuk mendukung ketahanan pangan diantaranya seperti padi, jagung, dan umbi-umbian seperti singkong, talas, dan ubi jalar (Hanafiah, 2019). Olahan singkong oleh masyarakat Indonesia sering dibuat beragam seperti kue jajanan tradisional, keripik singkong dan kerupuk singkong. Dengan pengolahan yang masih sederhana memungkinkan untuk diolah menjadi produk industri rumah tangga sehingga dapat meningkatkan nilai jual dan nilai tambah komoditas singkong. Salah satu contohnya yaitu kerupuk singkong yang diproduksi oleh *home industry* di Desa Pondokjoyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. *Home industry* ini merupakan salah satu wujud nyata dari Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Permasalahan yang sering terjadi pada usaha adalah branding dan pemasaran baik itu secara langsung maupun non langsung. Desain kemasan merupakan salah satu bagian penting dalam upaya branding atau *marketing* dalam menjalankan suatu usaha atau bisnis. Tidak hanya untuk bisnis berskala besar, Pelaku usaha mikro kecil dan menengah juga harus memikirkan konsep kemasan yang dapat menarik target pangsa pasar.

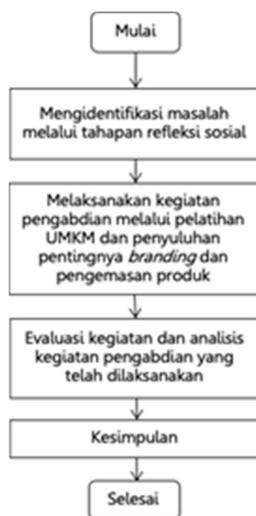
Branding produk merupakan faktor penting yang bertujuan dalam memberikan identitas serta pengenalan pada sebuah produk. Bukan hanya sebuah logo atau nama usaha melainkan sebagai wujud persepsi orang mengenai perusahaan atau produk usaha. Pemanfaatan lahan pekarangan sebagai sumber pangan lestari dan sebagai ruang terbuka hijau. Hal ini sejalan dengan program-program pemberdayaan sumberdaya manusia telah dilakukan pemerintah. Hal ini juga sejalan dengan tujuan pembangunan Indonesia yaitu membangun manusia Indonesia yang berdaya saing, maka pembangunan harus merupakan perubahan sosial yang tidak hanya terjadi pada taraf kehidupan masyarakat saja tetapi juga pada peranan unsur-unsur yang ada didalamnya. Pembangunan dapat menempatkan manusia sebagai subyek pembangunan. Pemberdayaan masyarakat dalam penanggulangan pengangguran serta kemiskinan menjadi komitmen bersama antara pemerintah dengan pihak desa. Dengan budidaya semacam hidroponik dapat menjadi solusi di bidang pertanian dengan menggunakan teknologi sederhana untuk memudahkan masyarakat dalam bercocok tanam (Barbosa et al. 2015). Hidroponik juga memiliki keuntungan bagi lingkungan sosial karena dapat dijadikan sarana pendidikan dan pelatihan di bidang pertanian modern mulai dari anak-anak sampai dengan orang tua, memperindah lingkungan dengan kesan pertanian yang bersih dan sehat dan usaha agribisnis di pedesaan tanpa mencemari lingkungan (Murali et al. 2011). Oleh sebab itu, dengan adanya program KKN kolaboratif dalam Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Jember, Kegiatan KKN kolaboratif dilaksanakan di Desa Pondok Joyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur Sehingga menambah perekonomian masyarakat dan juga menghasilkan sayuran segar

2. METODE

Metode pelaksanaan pada kegiatan KKN kolaboratif ini dengan melakukan metode survey dan observasi. Mahasiswa KKN kolaboratif kelompok 116 melakukan branding produk pada salah satu UMKM yang ada di Desa Pondokjoyo dengan melakukan metode survey dengan melakukan branding pada kemasan kerupuk singkong yang diolah oleh warga setempat. Upaya branding yang dilakukan bertujuan untuk mengangkat produk agar lebih luas dikenal oleh masyarakat.

Langkah awal yang dilakukan yaitu dengan mendatangi tempat usaha pembuatan kerupuk singkong, kemudian memberikan penjelasan mengenai manfaat branding produk, kemudian memberikan arahan dalam melakukan branding produk dan pada tahap akhir yaitu membuat logo dan mendesain ulang kemasan pada produk. wawancara mengenai usaha pembuatan kerupuk singkong mulai dari bahan baku yang dibutuhkan, cara pembuatan, peralatan yang dibutuhkan sampai pada tahap pemasaran dan kesulitan yang dialami, dengan adanya branding UMKM melalui logo atau nama perusahaan diharapkan meningkatkan keuntungan dalam usaha dan dapat menjaga keberlanjutan usaha kerupuk singkong tersebut kemudian pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan hidroponik kepada para pemuda Desa Pondokjoyo dilakukan

dengan metode observasi dan pelaksanaannya menggunakan survey partisipatif melalui diskusi. Permasalahan yang muncul dan mendasari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah masih terdapat kurangnya pemahaman masyarakat akan pengembangan serta pemberdayaan sumber daya alam dan kurangnya strategi pemasaran yang menjadikan sumber daya atau produk tersebut tidak meluas pemasarannya. Selain itu, sasaran pelaku UMKM pun belum memahami akan pentingnya branding terhadap produk mereka. Hal tersebut yang mendasari diperlukannya memberikan suntikan dan masukan kepada sasaran UMKM terkait pengembangan dan perluasan UMKM serta pentingnya branding sebagai upaya untuk meningkatkan pemasaran produk. Berikut bagan dan alur kegiatan.



Gambar 1. Alur Kegiatan program kerja

Kegiatan yang telah dilaksanakan, akan dilakukan evaluasi. Evaluasi dilakukan dengan melihat tujuan dasar dari pengabdian dan program kerja yang dibuat. Evaluasi dan analisis dari kegiatan yang dilakukan bertujuan untuk menghasilkan kegiatan yang relevan dengan tujuan yang dibangun.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) berlangsung selama 35 hari, mulai tanggal 23 Juli - 26 Agustus 2022. Program-program KKN yang telah direncanakan sebelumnya telah diprioritaskan dengan baik tapi tidak terlepas memiliki kekurangan dalam setiap proses sampai pelaksanaan kegiatan. Namun demikian hal ini tidak mematahkan semangat kami untuk terus lebih produktif dan maju dalam melaksanakan program-program kegiatan kuliah kerja nyata (KKN) yang telah tersusun dengan beberapa penyesuaian dengan kebutuhan masyarakat di Desa Pondokjoyo.

3.1 Peningkatan Branding UMKM

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui observasi (pengamatan). Selain pengamatan ke pihak sasaran UMKM dilakukan wawancara secara langsung kepada pihak desa yang ada di Desa Pondokjoyo untuk mendapatkan rekomendasi dan izin terkait program kerja yang akan kami lakukan. Setelah mendapatkan izin dari pihak desa kegiatan selanjutnya adalah mendatangi pihak sasaran UMKM kerupuk singkong yaitu ibu niman. Dari hasil pertemuan tersebut bahwa UMKM yang dikelola oleh ibu niman mengalami penurunan dalam hal pemasaran yang disebabkan karena adanya pandemi covid-19 dan belum adanya branding melalui logo dan kemasan produk.



Gambar 2. Survei UMKM

Untuk melakukan branding pertama-tama yang dilakukan adalah mendesain logo pada kemasan produk. Produk yang dihasilkan adalah kerupuk yang terbuat dari singkong asli, maka pada desainnya pun juga harus mengandung gambaran dari produk tersebut. Logo ini nantinya dapat digunakan pelaku usaha UMKM sebagai branding dari produk kerupuk singkong. Logo ini juga diberi label pada kemasan produk kerupuk singkong. Gambar 3. merupakan label logo dari produk kerupuk singkong.



Gambar 3. Label logo kerupuk singkong

Pemberian branding pada produk kerupuk singkong dilakukan pada saat proses pengemasan berlangsung. Setelah proses branding selesai maka dilakukan proses pemasaran kerupuk singkong. Proses pemasaran yang dilakukan adalah dengan pemasaran langsung, dan dengan media sosial online. Pemasaran langsung dilakukan dengan menjual langsung ke pasar tradisional di daerah Kecamatan Semboro. Untuk pemasaran dengan media sosial online dilakukan dengan memasarkan produk kerupuk singkong melalui media Whatsapp, Facebook, dan Instagram. Selain itu juga dipasarkan melalui pameran produk pada akhir pelaksanaan program KKN Kolaboratif yang diselenggarakan di Alun-Alun Jember. Sehingga produk kerupuk singkong dapat dikenal masyarakat luas. Inovasi pemasaran yang dilakukan ini untuk menarik minat pelanggan terhadap produk UMKM.

Respon dan tanggapan masyarakat terhadap branding label dan logo mendapat respon positif. Selain produk terlihat lebih menarik, juga dapat menjadi penciri khas atau pembeda dari produk yang lainnya. Sehingga jika pelanggan mencari produk kerupuk singkong, dapat membeli atau menyebutkan merek dari produk tersebut.

3.2 Pelatihan Hidroponik

Pelatihan hidroponik merupakan salah satu program kerja dari Tim KKN Kolaboratif Kabupaten Jember Kelompok 116. Gagasan dalam membentuk program kerja ini berdasarkan atas kebutuhan masyarakat untuk membuka lapangan pekerjaan, menumbuhkan minat dalam bidang pertanian perkotaan, serta menggali potensi pertanian yang ada di Desa Pondok Joyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember. Selain itu, pihak desa yang akan memfasilitasi terkait modal usaha melalui jasa simpan pinjam dari Badan Usaha Milik Desa. Pelatihan ini dilakukan bekerjasama dengan Karang Taruna dalam pengadaan sarana dan prasarana seperti peralatan

Hidroponik DFT, Green House, Rockwool, Kain flanel, Netpot, Benih, dll.



Gambar 4 Instalasi Hidroponik DFT

Program kerja Pelatihan Hidroponik ini dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 23 Agustus 2022 yang dilakukan sebanyak 2 sesi yaitu sesi pelatihan bertempat di balai desa Pondok Joyo dan sesi praktik bertempat di Greenhouse milik Karang taruna Pondok Joyo. Pemaparan materi pelatihan hidroponik dengan menghadirkan narasumber dari alumni mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Jember yang sekaligus Mahasiswa Berprestasi Fakultas Pertanian Universitas Jember tahun 2020-2021. Pelatihan hidroponik dihadiri oleh pemuda desa, masyarakat desa, kepala desa Pondok Joyo, perangkat desa, petani dan petani muda.



Gambar 5 Pelatihan Hidroponik di Balai Desa Pondok Joyo

Menurut Johor, dkk. (2021), Kelebihan Hidroponik adalah cukup mudah dan praktis, hemat lahan, bebas hama, dan memiliki hasil panen yang banyak. Masyarakat Desa Pondok Joyo diharapkan dapat memanfaatkan media dan fasilitas yang telah disediakan oleh

pihak desa melalui BUMDES Pondok Joyo. Fasilitas simpan pinjam dari program kerja baru BUMDES diharapkan dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat dalam membangun usaha hidroponik di Desa Pondok Joyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember. Usaha pertanian hidroponik dapat dikembangkan di kawasan Kecamatan Semboro dan memiliki peluang yang tinggi, terutama tanaman sayuran.

4. KESIMPULAN

Kegiatan KKN dalam Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada di Desa Pondok Joyo. Program kerja yang terlaksana diharapkan dapat meningkatkan branding kemasan UMKM Kerupuk Singkong melalui packaging yang menarik serta menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam budidaya hidroponik melalui pelatihan sehingga dapat diaplikasikan untuk pemenuhan kebutuhan sayur skala rumah tangga dan industri. Program kerja ini dapat dilakukan secara berkelanjutan agar dapat terus dikembangkan untuk menciptakan lapangan kerja baru dan branding Desa melalui produk unggulan yang ada di Desa Pondok Joyo, Kecamatan Semboro, Kabupaten Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hidayat, K., & Yaskun, M. (2019). PKM UMKM Rengginang. *e-Prosiding SNasTekS*, 1(1), 321-328.
- [2] Johar, L., Qamaria M.N.S., Hafid A.F., Samsuddin H.B, dan Rahim A. (2021). Hidroponik Sebagai Sarana Pemanfaatan Lahan Kosong di Kantor Lurah Salo, WatangSawitto, Pinrang. *Jurnal Lepa-lepa Open*. 1(3). 503-510.
- [3] Irrubai, M. L. (2015). Strategi Labeling, Packaging dan Marketing Produk Hasil Industri Rumah Tangga di Kelurahan Monjok Kecamatan Selaparang Kota Mataram Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Jurusan Pendidikan IPS Ekonomi*
- [4] Rosita, R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Umkm Di Indonesia. *Jurnal Lentera Bisnis*, 9(2), 109-120
- [5] Satya, M. T., Tejaningrum, A., & Hanifah, H. (2017). Manajemen Usaha Budidaya Hidroponik. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 01(02), 2528-2190.