



Pelatihan Desain Kemasan Produk Sayuran Hidroponik pada Usaha Nuri Holti Hidro Kota Kendari Sulawesi Tenggara

Hydroponic Vegetable Product Packaging Design Training at Nuri Holti Hydro, Kendari City, Southeast Sulawesi

Dhian Herdhiansyah^{1*}, Asriani², La Ode Midi³

¹Program Studi Ilmu dan Teknologi Pangan, Fakultas Pertanian, Universitas Halu Oleo Kendari

²Program Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Kendari Kendari

³Program Ilmu Lingkungan, Fakultas Pertanian Kehutanan dan Lingkungan, Universitas Halu Oleo Kendari

*Corresponding author : dhian.herdiansyah@uho.ac.id

Abstrak

Mitra dari kegiatan pelatihan adalah usaha Nuri Holti Hidro memproduksi tanaman hidroponik yang sudah berjalan selama 6 tahun. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan mitra yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan produk sayuran hidroponik secara modern dan inovatif yang dapat menunjang keberlanjutan usaha. Target luaran adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan produk sayuran hidroponik dalam mendukung pemasaran tanaman hidroponik. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada tanggal 29 - 30 Juni 2022 diikuti 20 peserta. Rencana tahapan kegiatan: (1) tahap persiapan - rapat tim, rapat koordinasi dengan mitra, dan persiapan sarana dan peralatan; dan (2) tahap pelaksanaan: (a) pelatihan dan bimtek pembuatan desain kemasan produk sayuran hidroponik dalam mendukung pemasaran tanaman hidroponik. Pelatihan dilaksanakan dengan metode pendekatan demonstrasi tentang cara desain kemasan produk sayuran hidroponik. Berdasarkan hasil evaluasi pre tes diketahui bahwa pengetahuan dan keterampilan tentang desain kemasan produk sayuran hidroponik dari peserta pelatihan sebesar 55 persen Sedangkan hasil evaluasi post tes setelah kegiatan pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik terjadi peningkatan sebesar 90 persen dari peserta pelatihan. *Outcome* dari pelatihan ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan produk sayuran hidroponik dalam mendukung pemasaran tanaman hidroponik sehingga meningkatkan pendapatan usaha produk sayuran hidroponik,

Kata Kunci: Desain; kemasan, produk; sayuran hidroponik

Abstract

The partner of the training activity is Nuri Holti Hidro's business in producing hydroponic plants, which has been running for six years. Based on the identification of partner problems, limited knowledge and skills in designing modern and innovative hydroponic vegetable product packaging can support business sustainability. The output target is to increase knowledge and skills in packaging design for hydroponic vegetable products to support the marketing of hydroponic plants. The training activity was held on June 29-30, 2022, and attended by 20 participants. Planned activity stages: (1) preparation stage - team meeting, coordination meeting with partners, and preparation of facilities and equipment; and (2) the implementation phase: (a) training and technical guidance for the manufacture of packaging designs for hydroponic vegetable products to support the marketing of hydroponic plants. The training was conducted using a demonstration approach to design hydroponic vegetable product packaging. Based on the results of the pre-test evaluation, it found that the training participants' knowledge and skills about packaging design for hydroponic vegetable products were 55 percent. Meanwhile, the post-test evaluation results after the training activities for a packaging design for hydroponic vegetable products increased by 90 percent of the training participants. The outcome of this training is an increase in knowledge and skills in the design of hydroponic vegetable product packaging in supporting the marketing of hydroponic plants to increase the business income of hydroponic vegetable products,

Keywords: Design; marketing, products; hydroponic vegetables

PENDAHULUAN

Salah satu tanda pembangunan ekonomi suatu bangsa adalah ketahanan pangan, yang juga dapat menjadi barometer kesejahteraan, khususnya dalam hal produksi dan konsumsi rakyat (Asriani dan Herdhiansyah, 2019). Tuntutan terus menerus untuk mengoptimalkan pengelolaan sumber daya alam di setiap daerah disesuaikan dengan keunikan masing-masing daerah (Herdhiansyah *et al.*, 2012; Herdhiansyah dan Asriani, 2018).

Kegiatan yang berkaitan dengan pertanian kini menjadi sektor usaha yang berkembang. Kinerja perusahaan ini bergantung pada manajemen produksi dan proses manajemen pemasaran. Meskipun demikian, masih banyak produk pertanian yang dihasilkan dengan tingkat kualitas yang jauh dari harapan yang ditetapkan oleh pertanian konvensional. Bercocok tanam hidroponik merupakan salah satu cara menanam sayuran yang bermutu tinggi. Seiring dengan pertumbuhan penduduk, konsumsi sayuran di kalangan masyarakat juga meningkat. Sebuah terobosan pertanian yang dikenal dengan hidroponik diciptakan untuk mendukung ketahanan pangan bangsa dengan meningkatkan produksi tanaman sayuran (Asriani, dkk, 2020)

Karena banyaknya petani sayuran dan harga sayuran yang rendah dan berfluktuasi, mayoritas produsen hanya fokus pada beberapa kategori pasar. Konsumen kelas ekonomi menengah ke atas menjadi target pasar strategi tersebut. Persyaratan pasar ini untuk setiap produk, seperti homogenitas, kebersihan, dan playability, cukup tinggi. Sekali lagi, ini didasarkan pada karakteristik produk seperti kemasan, merek, dan variasi produk.

Sulitnya memasarkan produk sayuran hidroponik berasal dari keterbatasan penjualan dan ketidakmampuan untuk dipromosikan secara langsung, tidak seperti sayuran yang dijual di pasar konvensional pada umumnya. Apalagi di warung-warung yang buka. Minimarket, supermarket, dan hypermarket semuanya menjual sayuran yang ditanam secara hidroponik ini. Kemasan bertindak sebagai perisai bagi produsen. Sayuran hidroponik ini terlebih dahulu disimpan pada suhu ruangan sebelum dipasarkan dan menunggu prosedur distribusi. Hal ini karena tingginya aktivitas metabolisme barang hidroponik, yang dapat menyebabkan makanan cepat rusak.

Pengemasan memiliki peran penting dalam daya jual produk sayuran yang ditanam secara hidroponik. Terkadang, konsumen yang melakukan pembelian memiliki perhatian khusus terhadap kemasan yang digunakan sebagai pembungkus. Selain memberikan perlindungan saat konsumen mengambil kendali, pengemasan dimaksudkan untuk membuat produk terlihat menarik bagi mereka. Berat, tanggal pengepakan, tanggal kedaluwarsa, jenis produk, dan rincian lainnya mengenai produk sayuran hidroponik ini juga diharapkan untuk disertakan pada kotak. Meski produknya sama, desain kemasannya tetap diharapkan menarik; Namun, jika desain kemasannya bagus,

Penciptaan strategi pengemasan nilai saat ini kompetitif dan menjadi pilihan gaya hidup. Salah satu langkah paling penting dalam memastikan bahwa produk makanan mempertahankan kualitasnya selama penyimpanan, transportasi, dan penggunaan akhirnya adalah pengemasan. Selain membantu menjaga kualitas makanan, pengemasan yang efektif berdampak besar pada pendapatan. Kualitas fisik, kimia, dan biologis produk makanan dapat berubah saat didistribusikan. Akibatnya, kemasan makanan membantu melindungi kualitas dan keamanan makanan sekaligus memperpanjang umur simpannya. Hal ini menunjukkan bahwa kemasan telah berkembang menjadi strategi pemasaran karena tujuannya dapat memberikan nilai bagi pelanggan dengan sendirinya. Tujuan dari pengemasan produk perusahaan adalah untuk membuat orang memperhatikan barang dan membelinya.

Dalam lingkungan bisnis modern, pengemasan berdampak pada keputusan pembelian produk dan tingkat penjualan produk. Merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk dikenal dengan istilah kemasan (Kotler, 2009). Konsumen menerima nilai tambah dari kemasan yang menarik, yang membantu mereka membedakan banyak produk yang bentuk dan kualitasnya hampir sama. Label yang sering terdapat pada kemasan produk menunjukkan perbedaannya.

Rundh (2005) menegaskan bahwa kebutuhan kemasan dan desain kemasan untuk memenuhi berbagai persyaratan fungsional terkait logistik dan pemasaran di ujung rantai pasokan, di mana konsumen memegang produk akhir, memiliki fenomena pergeseran pola dan kebiasaan konsumsi yang disebut untuk solusi pengemasan kreatif di perusahaan ritel. Menurut Kotler (2009), pengemasan mencakup semua proses untuk membuat dan merancang wadah produk. Ukuran, warna, bahan, bentuk, gambar, tanda merek, dan label merupakan komponen dari kemasan. Informasi tentang teks sumber ini. Teks sumber diperlukan untuk detail terjemahan lebih lanjut Kirim kritik panel samping

Banyak bisnis sangat memperhatikan pengemasan produk karena mereka percaya bahwa pengemasan memiliki lebih banyak tujuan daripada hanya berfungsi sebagai pembungkus. Pengemasan dimaksudkan untuk melayani tujuan banding dan keamanan. Perubahan kemasan sering kali memberi kesan kepada pembeli bahwa barang di dalamnya juga telah berubah. Oleh karena itu, sebuah kemasan diharapkan dapat semenarik mungkin untuk mendorong banyak konsumen untuk membeli barang dan mendorong mereka untuk melakukan penawaran yang lebih besar untuk kemasan (Darmawan, 2008). Oleh karena itu, terbukti bahwa kemasan yang menarik dapat membujuk calon konsumen untuk melakukan pembelian karena setidaknya menarik persepsi konsumen. Dengan kata lain, kemasan mempengaruhi apa yang orang putuskan untuk dibeli. Selain itu, menjaga pengelolaan fasilitas produksi yang baik sesuai dengan aturan keamanan pangan yang berlaku, memperhatikan bahan baku dan prosedur, dan (Herdhiansyah dkk, 2021 dan Herdhiansyah dkk, 2022)

UMKM Nuri Holti Hidro merupakan salah satu usaha yang bergerak dibidang ekonomi produktif, yang memproduksi berbagai tanaman hidroponik di Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Pihak usaha diharapkan dalam rancangan usaha budidaya hidroponik dilakukan dengan baik dan pertimbangan dalam memajukan usahanya (Asriani dkk, 2022). Tanaman yang dibudidayakan antara lain pakchoy, morakot, dan sawi (sawi pahit). Dalam sistem teknologi hidroponik, tanaman ditanam menggunakan udara sebagai media tumbuh sekaligus menerima semua kebutuhan nutrisinya. Bagian per juta (ppm) digunakan untuk mengukur nutrisi yang diberikan pada tanaman sejak bibit ditransplantasikan hingga minggu terakhir sebelum panen. Melalui resirkulasi (sistem tertutup), nutrisi tanaman yang telah terlarut dalam air menjadi larutan nutrisi didaur ulang.

Usaha tersebut terletak di Jln. Sorumba RT 007 RW 003 Kelurahan Bonggoea Kecamatan Wua-Wua Kota Kendari Provinsi Sulawesi Tenggara. Didaerah ini sangat padat akan penduduk sehingga sangat cocok untuk pendirian usaha mikro yang bergerak dibidang tanaman hidroponik. Berdasarkan hasil identifikasi permasalahan mitra yaitu keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan produk sayuran hidroponik secara modern dan inovatif yang dapat menunjang keberlanjutan usaha. Target luaran adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan produk sayuran hidroponik dalam mendukung pemasaran tanaman hidroponik.

METODE

Untuk metode pelaksanaan kegiatan pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik dilaksanakan melalui pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik ini akan dilaksanakan pada UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari Sulawesi Tenggara. Pelatihan dilaksanakan dengan metode pendekatan demonstrasi tentang cara desain kemasan produk sayuran hidroponik

PROSEDUR KERJA

Peserta pelatihan adalah UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari- Sulawesi Tenggara hendaknya memulai dengan tahap pelatihan penyusunan proses penyiapan desain kemasan produk sayuran hidroponik. yaitu menyiapkan alat dan bahan pelatihan serta menjelaskan tata kerja proses penyiapan desain kemasan produk sayuran hidroponik.

Hal pertama yang dilakukan untuk menambah rencana kegiatan adalah kegiatan sosialisasi. Beberapa kesepakatan mengenai jadwal acara juga akan dibahas pada pertemuan sosialisasi ini. Semua pihak (tim pelaksana dan mitra) bertanggung jawab atas kesepakatan tersebut, termasuk pembuatan jadwal dan rencana kegiatan. Tim pelaksana, UMKM, peserta yang menjadi mitra dalam kegiatan ini adalah kelompok usaha hidroponik dan siswa magang di UMKM

dimana semuanya akan hadir dalam kegiatan ini.

Dengan memperhatikan waktu luang peserta, maka kegiatan pelatihan akan dilaksanakan di UMKM. Tujuannya untuk membekali mitra dengan pengetahuan dan pemahaman, menarik minat mereka dan meningkatkan kesadaran akan kegiatan ini. Acara akan disertai dengan diskusi evaluasi mitra awal materi acara dan pertukaran pengalaman antara tim pelaksana dan mitra Usaha Nuri Holti Hidro.

Penyuluhan juga akan dilaksanakan secara berkala baik secara kelompok maupun perorangan, dengan tujuan meningkatkan minat dan motivasi kepada mitra. Kegiatan yang sama juga akan dilaksanakan pada akhir kegiatan secara kelompok guna menyampaikan hasil kegiatan dan sekaligus dilaksanakan evaluasi untuk akhir kegiatan terhadap mitra. Materi penyuluhan yang diperkenalkan pada pertemuan terakhir adalah bagaimana desain kemasan produk sayuran hidroponik, serta manfaat dan tata cara pelaksanaan kegiatan desain kemasan produk sayuran hidroponik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan di UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari Sulawesi Tenggara, yang dilakukan dalam empat tahapan. Sosialisasi tahap pertama dan tahap kedua dan ketiga adalah memberikan materi atau teori tentang kekuatan usaha dan bahan yang digunakan untuk membuat produk sayuran hidroponik, kemudian tahap keempat adalah melatih cara membuat produk sayuran hidroponik melalui praktek langsung.

Lakukan kegiatan teoritis ini melalui metode pengajaran dan diskusi interaktif. Presentasi dilakukan melalui demonstrasi menggunakan program Power Point dan perangkat LCD. Acara yang digelar di Jurusan Teknologi Pangan dan UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari- Sulawesi Tenggara pada hari Kamis, 30 Juni 2022 tersebut diikuti 20 peserta. Sosialisasi desain kemasan produk sayuran hidroponik dapat dilihat pada Gambar 1.

Gambar 1: Sosialisasi desain kemasan produk sayuran hidroponik



Target dievaluasi sesuai dengan tujuan kegiatan pelatihan. Efektivitas proses perencanaan dievaluasi dua kali: pertama sebelum proses perencanaan dimulai dan lagi setelah selesai dan praktik kewirausahaan. Evaluasi berupa pre-test dan post-test. Pre-test dan post-test yang digunakan dalam kegiatan ini berfungsi sebagai temuan kegiatan. Acara dimulai dengan pre-test.

Berdasarkan hasil evaluasi pre tes diketahui bahwa terdapat 55 persen dari peserta pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik yang memiliki pengetahuan dan keterampilan. Sedangkan dari hasil evaluasi pos tes setelah kegiatan desain kemasan produk sayuran hidroponik diketahui bahwa terdapat 90 persen dari peserta yang memiliki pengetahuan dan keterampilan. Secara keseluruhan melalui kegiatan ceramah, diskusi dan pelatihan, hasil evaluasi post test menunjukkan kemajuan yang signifikan, Pemahaman tentang cara pembuatan desain kemasan produk sayuran hidroponik meningkat sebesar 90 persen. Kegiatan pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.

Gambar 2: Praktik desain kemasan produk sayuran hidroponik



Secara umum, kegiatan pelatihan kepada khalayak sasaran telah meningkat: pengetahuan dan keterampilan tentang cara desain kemasan produk sayuran hidroponik. Proses berlangsungnya pelatihan pembuatan desain kemasan produk sayuran hidroponik yang mana didemokan langsung oleh berjalan lancar dan memuaskan baik bagi peserta pelatihan. Dilihat dari hasil dilapangan pada saat proses pelatihan desain kemasan produk sayuran hidroponik dilakukan dihadapan peserta mendapatkan respon positif dimana para peserta utamanya UMKM sangat tertarik dan juga mengaku mendapat ilmu baru. Dengan berbagai macam respon



positif yang diterima membuat kami mahasiswa merasa sangat senang dan mengharapkan semoga ilmu yang kami bagikan bermanfaat dan dapat diterapkan dimasyarakat khususnya dalam hal pengolahan bahan pangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan desain kemasan produk sayuran hidroponik yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta tentang desain kemasan produk sayuran hidroponik sebesar 90 persen.

SARAN

Perlu diterapkan kegiatan pelatihan yang lebih dalam dan berkelanjutan kepada khalayak sasaran, sehingga pengetahuan dan pemahaman para penerus *soft skill* desain kemasan produk sayuran hidroponik.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat dan LPPM Universitas Halu Oleo Kendari yang telah memberikan dana pengabdian kepada masyarakat. Kami juga mengucapkan terima kasih kepada UMKM Nuri Holti Hidro Kota Kendari yang telah banyak membantu dalam melaksanakan kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Asriani, dan Herdhiansyah, D. 2019. Factors Affecting The Economic Policy Of Food In Indonesia. *Mega Aktivita: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 8 (1): 11-17. DOI: <http://dx.doi.org/10.32833/majem.v8i1.76>
- Asriani, Herdhiansyah, D, Nurcayah. 2022. Rancangan Usaha Agribisnis Tanaman Sayuran Berbasis Hidroponik. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 8(1): 407-416. . <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v8i1.6846>.
- Asriani, W Embe, F Nafu, Herdhiansyah, D . 2020. Persepsi Masyarakat Terhadap Agribisnis Sayuran Metode Hidroponik Starterkit Wick di Kota Kendari. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 6 (1): 11 – 16.
- Darmawan, Didit. 2008. Dasar-Dasar Pemasaran. Metromedia, Surabaya
- Herdhiansyah, Dhian, Asriani. 2018. Strategi Pengembangan Agroindustri Komoditas Kakao di Kabupaten Kolaka – Sulawesi Tenggara *Jurnal Agroindustri Halal*, 4 (1): 30-41. DOI: <http://dx.doi.org/10.30997/jah.v4i1.1124>.



- Herdhiansyah, Dhian, Sutiarso, L., Purwadi, D., Taryono. 2012. Analisis Potensi Wilayah untuk Pengembangan Perkebunan Komoditas Unggulan di Kabupaten Kolaka Sulawesi Tenggara. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 22 (2): 106-114.
- Herdhiansyah, Dhian, Gustina, Ab Patadja, Asriani. 2021. Kajian Penerapan *Good Manufacturing Practices* (GMP) pada Pengolahan Keripik Pisang. *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 15 (3): 845-853.
- Herdhiansyah, Dhian, Fitrawaty, Tamrin dan Asriani. 2022. Penerapan Sistem GMP (*Good Manufacturing Practices*) pada Usaha Mikro Tahu Tempe Benjo di Desa Lambusa Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Warta Industri Hasil Pertanian*, 39(1): 9 – 15.
- Herdhiansyah, D, Asriani, Syukri, M, Resman dan Gafaruddin, 2021. PKM Sekolah Pangan Lestari (SPL) Organik pada Sekolah Menengah Kejuruan Kota Kendari Sulawesi Tenggara. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat UNSIQ*. 8 (2): 194 – 201.
DOI: <https://doi.org/10.32699/ppkm.v8i2.1246>
- Kotler, K. 2009. *Manajemen Pemasaran 1*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga
- Rundh B 2009. Packaging design: Creating competitive advantage with product packaging. *British Food Journal*, 111: 988-1002.