

Peranan Mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi Membantu Para Ibu PKK Dalam Mendesain Branding Produksi Keripik Pare di Desa Unrusbinangun

Ajeng Puspa Seruni¹, R.Edy Rachmadio²

Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi

E-mail: apseruniii27@gmail.com

Article History:

Received: Agustus, 2023

Revised: Agustus, 2023

Accepted: Agustus, 2023

Abstract: Penelitian ini membahas peran mahasiswa dari Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dalam membantu ibu-ibu PKK di Desa Undrusbinangun dalam mengembangkan branding untuk produk keripik pare. Melalui kolaborasi yang erat antara mahasiswa dan komunitas lokal, upaya ini bertujuan untuk meningkatkan ekonomi lokal dan memberdayakan perempuan di desa tersebut. Mahasiswa terlibat dalam merancang desain kemasan yang menarik dan informatif untuk produk keripik pare. Desain kemasan yang menarik dapat memberikan nilai tambah pada produk dan menarik minat konsumen potensial. Selain itu, label yang disertakan pada kemasan diatur sedemikian rupa sehingga memberikan informasi yang jelas mengenai komposisi produk, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan asal produk. Strategi pemasaran juga menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Mahasiswa bersama ibu-ibu PKK mengembangkan rencana pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk dan pasar target. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang preferensi konsumen lokal serta upaya memasarkan produk secara lebih luas di luar desa. Selama proses kolaborasi, tantangan-tantangan yang muncul juga diidentifikasi. Tantangan ini meliputi perbedaan pandangan antara generasi muda dan generasi yang lebih berpengalaman, serta keterbatasan sumber daya dalam hal waktu dan anggaran. Namun, melalui diskusi dan kerja tim yang kuat, tantangan ini berhasil diatasi dan menjadi pelajaran berharga bagi semua pihak yang terlibat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa dan komunitas lokal memiliki potensi besar dalam meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan ekonomi lokal. Ini juga menekankan pentingnya peran desain kemasan, label, dan strategi pemasaran dalam membangun citra merek yang kuat bagi produk lokal.

Keywords:

Mahasiswa, Branding Produk, Ibu PKK, Pemberdayaan Ekonomi, Desain Kemasan, Strategi Pemasaran

PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat lokal dan pengembangan ekonomi berbasis komunitas merupakan aspek penting dalam memajukan wilayah pedesaan. Desa Undrusbinangun, sebagai salah satu komunitas pedesaan yang kaya akan potensi alam, tidak terkecuali dari upaya pemberdayaan ini. Dalam konteks ini, kolaborasi antara institusi pendidikan tinggi dan masyarakat lokal muncul sebagai kunci untuk meraih tujuan tersebut. Artikel ini mengangkat peran signifikan mahasiswa dari Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dalam membantu para ibu PKK Desa Undrusbinangun dalam mengembangkan branding produk keripik pare melalui desain kemasan, label, dan strategi pemasaran produk.

Peningkatan ekonomi dan kesejahteraan di tingkat lokal seringkali memerlukan inovasi dalam pengembangan produk dan pemasaran yang mampu menarik minat konsumen (Sudirjo, Muhtadi, and Manik 2023). Produk keripik pare, sebagai salah satu produk lokal Desa Undrusbinangun, memiliki potensi untuk menjadi pilihan makanan yang populer di kalangan masyarakat lebih luas. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, diperlukan upaya dalam membangun citra merek yang kuat melalui desain kemasan yang menarik, label yang informatif, serta strategi pemasaran yang efektif (Zulfikri and Iskandar 2022).

Dalam konteks inilah peran mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi menjadi sangat penting. Dengan pengetahuan mereka dalam bidang desain, bisnis, dan pemasaran, mahasiswa mampu memberikan kontribusi yang berharga dalam mengembangkan merek produk keripik pare. Kolaborasi antara mahasiswa dan ibu PKK Desa Undrusbinangun membuka jalan bagi pertukaran ide dan pengetahuan antara generasi yang lebih muda dengan yang lebih berpengalaman, yang pada gilirannya dapat menghasilkan solusi inovatif dan komprehensif.

Melalui artikel ini, kami akan menjelaskan bagaimana upaya kolaboratif ini diimplementasikan, dengan fokus pada peran desain kemasan, label produk, dan strategi pemasaran. Selain itu, kami akan menggambarkan tantangan yang dihadapi selama proses ini dan pembelajaran yang diperoleh dari pengalaman ini. Di akhir artikel, diharapkan pembaca akan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kolaborasi antara mahasiswa dan masyarakat lokal dalam mendorong pengembangan ekonomi berkelanjutan di tingkat desa.

METODE

Penelitian ini mengadopsi pendekatan kolaboratif antara mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dan ibu PKK Desa Undrusbinangun dalam mengembangkan branding produk keripik pare. Pendekatan ini menggabungkan analisis desain, strategi pemasaran, serta partisipasi langsung masyarakat lokal dalam setiap tahap pengembangan produk.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kolaborasi antara mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dan ibu PKK Desa Undrusbinangun memiliki dampak yang signifikan dalam mengembangkan branding produk keripik pare. Berikut adalah beberapa hasil utama dari penelitian ini:

1. Peningkatan Citra Merek: Desain kemasan yang dirancang oleh mahasiswa mendapat respons positif dari konsumen. Desain yang menarik dan menggambarkan nilai-nilai lokal berhasil meningkatkan citra merek produk. Label yang informatif juga membantu konsumen memahami produk dengan lebih baik.
2. Peningkatan Penjualan: Melalui penerapan strategi pemasaran yang tepat, penjualan produk keripik pare mengalami peningkatan yang signifikan. Rencana pemasaran yang berfokus pada keunggulan produk dan cerita di baliknya berhasil menarik minat konsumen dan mendorong pembelian.
3. Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Keterlibatan ibu PKK dalam proses pengembangan produk dan branding memberikan mereka keterampilan baru dalam desain, bisnis, dan pemasaran. Ini berdampak positif pada ekonomi lokal dengan meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi ibu PKK.
4. Perubahan Sosial Positif: Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan aspek ekonomi, tetapi juga menciptakan perubahan sosial positif. Generasi muda dan generasi yang lebih berpengalaman bekerja bersama-sama, menciptakan ruang untuk pertukaran ide dan pengalaman yang berharga.
5. Pelajaran Penting: Proses kolaborasi ini mengajarkan pentingnya kerja tim, adaptabilitas, dan komunikasi yang efektif. Mahasiswa belajar tentang konteks nyata dalam pengembangan produk, sementara ibu PKK mendapatkan pemahaman lebih dalam tentang strategi pemasaran dan branding.

Namun, penelitian ini juga mengidentifikasi beberapa tantangan, seperti keterbatasan anggaran dan kendala waktu. Meskipun demikian, semangat kerja sama dan tekad untuk mencapai tujuan bersama berhasil mengatasi kendala tersebut.



Gambar 1.1 Proses Pembuatan Desain Logo pada Label Kemasan



Gambar 1.2 Hasil Desain Logo pada Label Kemasan

Diskusi

Proses pengabdian masyarakat yang terjadi sepanjang kolaborasi antara mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dan ibu PKK Desa

Undrusbinangun mengilustrasikan perubahan sosial yang signifikan yang dapat terjadi melalui upaya bersama dalam pengembangan produk lokal. Tahap demi tahap dari awal hingga terjadinya transformasi sosial menunjukkan bahwa kerja sama lintas generasi dan lintas bidang pengetahuan memiliki dampak yang mendalam pada masyarakat dan ekonomi local, sehingga ibu-ibu pkk dapat mendesain sendiri logo dan label pada kemasannya serta dapat menjual produk secara online.

KESIMPULAN

Kolaborasi antara mahasiswa Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi dan ibu PKK Desa Undrusbinangun telah membuktikan bahwa melalui inovasi dalam desain kemasan, label, dan strategi pemasaran, produk lokal dapat menjadi lebih dikenal, mendukung pemberdayaan ekonomi lokal, dan memicu perubahan sosial positif. Proyek ini bukan hanya tentang produk keripik pare, tetapi tentang menghubungkan generasi, mendorong perubahan, dan menciptakan inspirasi bagi komunitas lebih luas.

Pengakuan/Acknowledgements

Dalam Pengabdian ini kami berterima kasih kepada Universitas Linggabuana PGRI Sukabumi atas kesempatan KKN yang ditempatkannya kami di Desa Undrusbinangun, terimakasih kepada Bapak Kepala Desa Undrusbiangun Bp.Wahyudin, Para Dosen Pembimbing serta rekan KKN Kelompok 1 Desa Undrusbianangun Khususnya para Ibu-ibu PKK yang telah memberikan kesempatan bagi kami mengizinkan melakukan penelitian tentang branding UMKM Keripik Pare ini.

Daftar Referensi

- Ariani, Ariani, and Mohamad Nur Utomo. 2017. "Kajian Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Di Kota Tarakan." *Jurnal Organisasi Dan Manajemen* 13(2): 99–118.
- Buchory, Achmad Herry & Saadin Djaslim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pert. Bandung: Linda Karya.
- Muhtadi, M Ammar. 2023. "Pembelajaran Berbasis Outdoor Education Sebagai Upaya Peningkatan Minat Dan Motivasi Belajar Siswa SD Di Kota Sukabumi." *Jurnal Pendidikan West Science* 1(4): 274–80.
- Muhtadi, Muhamad Ammar. 2022. "Upaya Meningkatkan Kemampuan Berpikir Kreatif Terhadap Siswa Sekolah Dasar Di Desa Cikhuripan Kecamatan."

Eastasouth Journal of Effective Community Services 1(01): 1–8.

Sudirjo, Frans, Muhamad Ammar Muhtadi, and Desma Erica Maryati Manik. 2023.

“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen Secara Lintas Budaya.” *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan West Science* 1(03): 207–15.

Zulfikri, Agung, and Yusuf Iskandar. 2022. “Strategi Pengembangan UMKM Industri Kuliner Di Kawasan Wisata Pantai Ujung Genteng Kabupaten Sukabumi.” *Jurnal Multidisiplin West Science* 1(01): 42–49.