

**PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN PRODUK KEPADA KELOMPOK TANI
CANDI MAKMUR NGARGOYOSO SEBAGAI UPAYA BRANDING
PAPERSOAP BUAH JAMBU BIJI MERAH**

¹Aulia Nur Rahmawati, ²Atur Semartini, ³Rahma Bayunita Hapsari

^{1,2)} Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional

³ Universitas Sebelas Maret

¹aulia1293@stikesnas.ac.id

²atur_semartini@stikesnas.ac.id

³rahmabayunita@staff.uns.ac.id

Email Koresponding : aulia1293@stikesnas.ac.id

ABSTRAK

Kelompok Tani Candi Makmur merupakan kelompok tani yang bergerak dalam komoditas pertanian jambu biji merah di Ngargoyoso, Karanganyar, Jawa Tengah. Jumlah panen buah jambu biji merah yang senantiasa meningkat di setiap tahunnya, membuat anggota Kelompok Tani Candi Makmur senantiasa berinovasi untuk memaksimalkan keterserapan buah jambu biji merah. Produk makanan seperti pangsit, onde-onde, keripik dan es krim sudah dihasilkan dan dipasarkan oleh anggota Kelompok Tani Candi Makmur. Inovasi terus dilaksanakan oleh Kelompok Tani Candi Makmur bersama dengan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional dan Universitas Sebelas Maret yang telah berhasil membuat simplisia dan papersoap dari buah jambu biji merah sebagai bentuk diversifikasi produk olahan buah jambu biji merah. Namun, kemampuan anggota kelompok tani dalam menghasilkan *papersoap* belum diimbangi oleh kemampuan dalam branding produk yang dihasilkan. Oleh karenanya, perlu bagi kelompok Tani Candi Makmur untuk memahami cara pembuatan desain produk untuk membangun branding papersoap sesuai dengan kearifan lokal di Ngargoyoso. Pelatihan dilaksanakan pada 04 Juli 2024 dengan metode berupa penyuluhan terkait dengan *branding* dan *public speaking* dan pelatihan pembuatan desain produk dengan membagi anggota menjadi kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok didampingi oleh tim lalu diminta membuat desain produk berupa sticker kemasan dan slogan terkait dengan papersoap yang dihasilkan. Pelatihan yang dilaksanakan mampu menghasilkan dua desain produk. Desain produk terbaik selanjutnya dipilih untuk disempurnakan dan didaftarkan sebagai Hak Kekayaan Intelektual berupa Hak Cipta dengan nomor pencatatan 000649667.

Kata kunci: *jambu, papersoap, petani, branding*

1. PENDAHULUAN

Kelompok Tani Candi Makmur merupakan kelompok tani yang berada di bawah Pusat Pelatihan Pertanian dan Perdesaan Swadaya (P4S) Putra Jambu, Ngargoyoso, Karanganyar, Jawa Tengah. Kelompok Tani Candi Makmur bergerak dalam komoditas pertanian buah jambu biji merah dan merupakan salah satu agrowisata unggulan di Ngargoyoso (Arianti & Harinta, 2020). Keberadaan Kelompok Tani Candi Makmur bermula dari perkebunan jambu biji milik Bapak Wajib yang dirintis pada tahun 2005 dan berubah menjadi unit dagang pada tahun 2014 yang dipimpin oleh Bapak Aris Setiawan. Kelompok Tani Candi Makmur menghasilkan setidaknya 45 ton buah jambu biji merah setiap tahunnya, namun terus mengalami peningkatan hingga lebih dari 20 ton, mencapai kurang lebih 67 ton pada tahun 2022 dan 75 ton pada tahun 2023. Kelompok Tani Candi Makmur telah melaksanakan penanganan kelebihan produksi buah jambu biji merah dengan mengolah buah jambu biji merah menjadi produk makanan seperti pangsit jambu,

es krim jambu, selai jambu, dan sirup olahan berbahan dasar jambu, hingga pada awal tahun 2024, bersama dengan Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional dan Universitas Sebelas Maret, Kelompok Tani Candi Makmur melaksanakan diversifikasi hasil olahan buah jambu biji merah menjadi bentuk *papersoap*. *Papersoap* dipilih untuk mempermudah wisatawan mengaplikasikan sabun karena bentuknya yang sederhana dan praktis (Chastanti et al., 2024).

Pelatihan terkait dengan *papersoap* buah jambu biji merah telah meningkatkan kemampuan anggota Kelompok Tani Candi Makmur dalam membuat *papersoap* (Rahmawati et al., 2024). Namun kemampuan anggota Kelompok Tani Candi Makmur perlu diimbangi dengan kemampuan dalam menghasilkan desain produk. Sejauh ini, Kelompok Tani Candi Makmur telah memiliki kemampuan dalam pengemasan produk olahan jambu berupa produk makanan namun masih sangat sederhana karena belum disertai slogan yang menjadi ciri khas daerah. Padahal pengemasan dalam hal ini tidak terbatas dalam pemilihan bahan kemasan namun juga pemilihan merek, bentuk kemasan, hingga logo maupun slogan. Walaupun sudah memiliki kemampuan dalam mengemas produk makanan olahan buah jambu biji merah, pengemasan produk olahan non-makanan memiliki strategi yang berbeda agar dapat tahan lama dan juga menarik bagi *customer* yang disasar. Demikian halnya dengan produk *papersoap* jambu biji yang memerlukan pengemasan yang berbeda dan khas agar menarik bagi *customer*. Oleh karenanya, perlu bagi kelompok Tani Candi Makmur untuk memahami cara mengemas dan membuat slogan untuk membangun *branding* produk *papersoap* sesuai dengan kearifan lokal di Ngargoyoso dan Kelompok Tani Candi Makmur.

Pengemasan yang baik haruslah disertai dengan strategi pemasaran yang matang. Salah satu kemampuan yang perlu dimiliki oleh Kelompok Tano Candi Makmur adalah memasarkan produk *papersoap* yang sudah berhasil. Untuk dapat memasarkan produk *papersoap* bagi para wisatawan, para anggota kelompok tani perlu memiliki *skill public speaking* yang baik, sehingga kelompok tani dapat menyampaikan kelebihan dan manfaat dari *papersoap* yang sudah mereka produksi. Tidak hanya itu, dengan *public speaking* yang baik, kedepannya para anggota kelompok tani bisa memasarkan produk *papersoap* secara lebih luas. Berdasarkan hal tersebut maka dilaksanakanlah pelatihan pembuatan desain produk dan *public speaking* sebagai upaya branding *papersoap* buah jambu biji merah.

2. METODE

Pelaksanaan pelatihan pembuatan desain produk dan *public speaking* sebagai upaya branding *papersoap* dilaksanakan adalah edukasi terkait dengan *branding* yang diikuti dengan *workshop*. Pelatihan dilaksanakan di pendopo P4S Putra Jambu pada hari Kamis, tanggal 04 Juli 2024 dengan dihadiri oleh Ketua Kelompok Tani Candi Makmur yaitu Bapak Aris Setiawan.

2.1 Edukasi *Branding*

Edukasi disampaikan oleh Ibu Atur Semartini dari Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nasional terkait dengan desain-desain produk dan berbagai contoh *branding* produk di pasaran. Ibu Atur Semartini memiliki beberapa produk yang terkenal dan sering digunakan oleh masyarakat agar proses edukasi berjalan dengan lebih bermakna.

2.2 *Workshop Branding*

Kegiatan dilanjutkan dengan *workshop* dengan membagi anggota kelompok tani yang hadir menjadi kelompok-kelompok kecil. Setiap kelompok didampingi oleh tim pengabdian yaitu Aulia Nur Rahmawati dan Rahma Bayunita Hapsari beserta mahasiswa untuk mempraktekan pembuatan stiker produk yang berisi nama produk dan gambar, serta menyusun slogan untuk branding produk.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan desain produk dan *public speaking* berhasil dilaksanakan pada hari Kamis, tanggal 04 Juli 2024 pada pukul 13.00 WIB. Pelaksanaan pelatihan dimulai di siang hari karena menunggu para anggota Kelompok Tani pulang dari kebun jambu, sehingga tidak mengganggu aktivitas para anggota. Pelatihan dimulai dengan edukasi yang disampaikan oleh Ibu Atur

Semartini terkait dengan *branding* produk dan tatacara *public speaking*. Pelaksanaan edukasi dapat dilihat pada Gambar 1. Peserta pelatihan diberi pengertian terkait dengan *branding* mulai dari definisi hingga cara membuat branding suatu produk.



Gambar 1. Edukasi *Branding* dan *Public Speaking*

Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pembuatan *branding* dan *public speaking* yang dapat dilihat pada Gambar 2. Gambar 2 menunjukkan bahwa peserta didampingi untuk membuat desain produk sebagai upaya *branding*. Pelatihan pembuatan desain produk dilaksanakan secara sederhana dengan menggunakan wadah sabun, kertas label, dan spidol dengan berbagai warna. Para anggota tani diberikan kebebasan untuk mendesain produk dengan membuat nama produk (*brand*), klaim produk, dan desain-desain lain yang bertujuan memperindah tampilan.





Gambar 2. Pelatihan dan Desain Produk yang dihasilkan

Desain produk yang dihasilkan selanjutnya dipresentasikan oleh peserta pelatihan sebagai upaya pelatihan *public speaking*. Perwakilan kelompok diminta untuk menyampaikan hal-hal terkait dengan branding yang telah dibuat. Proses *public speaking* dapat dilihat pada Gambar 3. Gambar 3 menunjukkan bahwa peserta pengabdian mampu melaksanakan *public speaking* terkait dengan *branding* yang dibuat.



Gambar 3. Pelatihan *Public Speaking Branding Paper Soap*

Hasil *public speaking* dan branding selanjutnya dipilih oleh Bapak Aris Setiawan selaku ketua Kelompok Tani Candi Makmur untuk selanjutnya dapat ditindak lanjuti dengan pengajuan HKI dan mendapatkan nomor pencatatan 000649667. Gambar 3. menunjukkan desain yang telah diubah menjadi grafis oleh tim pelaksana. Desain produk senantiasa disempurnakan oleh tim pelaksana hingga diperoleh desain produk seperti yang dapat dilihat pada Gambar 4.

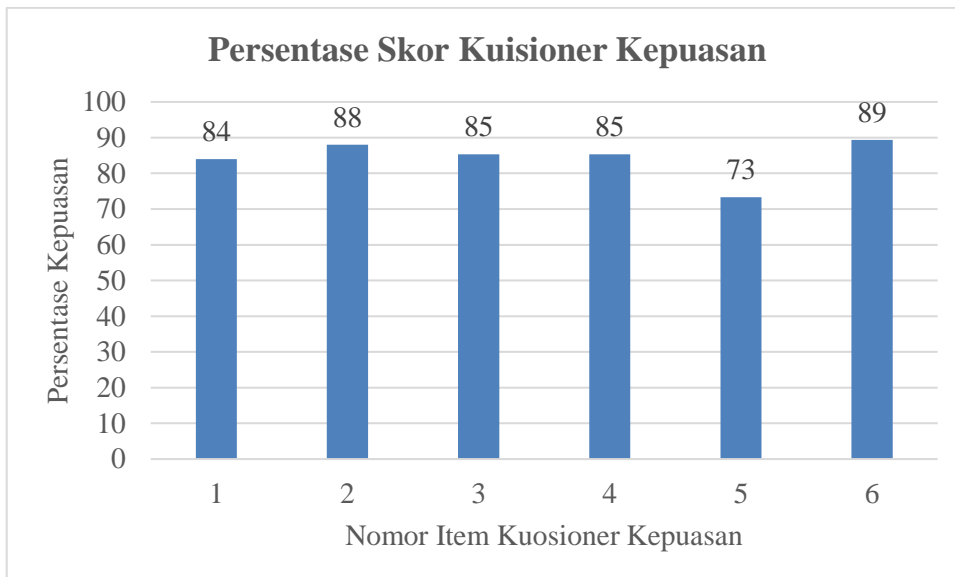


Gambar 4. Hasil Desain Grafik Branding yang Terpilih

Pelaksanaan pelatihan efektif dalam memberikan kemampuan para anggota Kelompok Tani Candi Makmur karena para anggota Kelompok Tani pada akhirnya mampu menghasilkan desain produk sendiri. Hasil kuisioner kepuasan terhadap pelaksanaan pelatihan pembuatan desain produk dan *public speaking* dapat dilihat pada Gambar 4. Terdapat enam pertanyaan terkait dengan kepuasan pelaksanaan pelatihan pembuatan simplisia dan paper soap diantaranya adalah 1). Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan Kelompok Tani Candi Makmur untuk memasarkan produk; 2). Pelatihan yang diberikan jelas dan mudah dipahami; 3). Waktu yang disediakan untuk untuk pelatihan sudah sesuai; 4). Narasumber pelatihan menyampaikan materi dengan cara yang menarik; 5). Tim pelaksanaan memberikan pelayanan dan pendampingan yang sesuai kebutuhan Kelompok Tani Candi Makmur; 6). Setiap pertanyaan/permasalahan yang diajukan dapat ditindaklanjuti dan dijawab dengan baik oleh tim pelaksana. Kriteria tingkat kepuasan pelatihan dikelompokkan berdasarkan nilai CSI (*Customer Satisfaction Index*) yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Indeks Nilai Kepuasan

No	Nilai CSI (%)	Keterangan (CSI)
1	81 – 100	Sangat Puas
2	66 – 80,99	Puas
3	51 – 65,99	Cukup Puas
4	35 – 50,99	Kurang Puas
5	0 – 34,99	Tidak Puas



Gambar 4. Diagram Kuisisioner Kepuasan Pelaksanaan Pengabdian

Berdasarkan Tabel 1, maka nilai diatas 50% tergolong ke dalam ‘Cukup Puas’ hingga ‘Sangat Puas’, sementara nilai dibawah 50% atau lebih rendah menandakan pengabdian tidak berhasil dilaksanakan karena dirasa tidak memberikan pelayanan yang sesuai (Widodo & Sutopo, 2018). Gambar 4 menunjukkan bahwa tingkat kepuasan anggota tani Candi Makmur adalah 73 – 89%, sehingga berdasarkan nilai CSI pada Tabel 1, anggota kelompok Tani Candi Makmur merasa ‘Puas’ hingga ‘Sangat Puas’ terhadap kegiatan pelatihan yang dilaksanakan.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan desain produk dan *public speaking* sebagai upaya *branding papersoap* buah jambu biji merah telah berhasil dilaksanakan dan mampu memberikan keterampilan kepada anggota untuk mendesain produk dan membuat slogan *papersoap*.

5. REFERENSI

- Arianti, Y. S., & Harinta, Y. W. (2020). Agrowisata Jambu dan Pengembangan Ekonomi Lokal di Kecamatan Ngargoyoso Kabupaten Karanganyar. *Agrisaintifika*, 4(2).
- Chastanti, I., Safitri, I., Harahap, D. A., Ritonga, M. K., Khairunnisah, & Rambe, K. (2024). Pembuatan Papersoap sebagai Sabun Cuci Tangan yang Praktis untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Keterampilan Siswa Pesantren Irsyadul Islamiah. *Reswara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- Rahmawati, A. N., Semartini, A., & Hapsari, R. B. (2024). Pemberdayaan Kelompok Tani Candi Makmur melalui Pengelolaan Pasca Panen Buah Jambu Biji Merah dan Diversifikasi Produk Olahannya.
- Widodo, S. M., & Sutopo, J. (2018). Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer. *Jurnal Informatika Upgris*, 4(1), 38–45.