

# PELATIHAN DESAIN PRODUK DAN IKLAN DIGITAL INDUSTRI KECIL MENENGAH (IKM) RENGGINANG DI DESA PRAMBONTERGAYANG KECAMATAN SOKO KABUPATEN TUBAN

Faisal Ashari\*, Eko Wahyu Abryandoko

Universitas Bojonegoro

\*[faisal.gaxes@gmail.com](mailto:faisal.gaxes@gmail.com)

*Abstract - Packaging design and digital advertising are an important part of product marketing. Unique product design, will be an added value for consumers to consider buying a product and digital markets provide information for consumers that cannot be reached by traditional markets so that producers are able to expand market share, therefore the focus of the PKM that the author will do is provide training to the industry the household industry (IRT) Urnika Snacks Rengginang in Prambontergayang Village, Soko District, Tuban Regency, IRT Urnika Snacks Rengginang is widely known in the environment around the sub-district, but the sales that IRT do are still in the traditional way and the IRT packaging is still wrapped in plastic. The method of implementing PKM was carried out using a participatory approach (participatory action research/PAR). We carry out this service program to provide training on the importance of digital advertising supported by unique packaging designs to increase IRT marketing. Service activities regarding packaging design and digital advertising are expected to be able to help Rengginang IRT Prambontergayang Village in marketing snack products so that they can increase the income of the IKM Rengginang.*

*Keyword: digital market, product design, rengginang snacks, Urnikan.*

*Abstrak - Desain kemasan dan Iklan digital menjadi bagian penting dalam pemasaran produk. Desain produk yang unik, akan menjadi nilai tambah bagi konsumen untuk mempertimbangkan membeli sebuah produk dan pasar digital memberikan informasi bagi konsumen yang tidak bisa dijangkau pasar tradisional sehingga produsen mapu memperluas pangsa pasar, oleh karena itu fokus PKM yang akan penulis lakukan adalah memberikan pelatihan pada industri industri rumah tangga (IRT) Urnika Jajanan rengginang yang ada di Desa Prambontergayang Kecamatan Soko Kabupaten Tuban, IRT urnika jajanan rengginang tersebut sudah banyak di kenal dilingkungan sekitar kecamatan, namun penjualan yang IRT lakukan masih dengan cara tradisional dan kemasan IRT tersebut masih dibungkus dengan plastik. Metode pelaksanaan PKM yang dilakukan menggunakan pendekatan partisipatif (participatory action research/PAR). Program pengabdian ini kami lakukan untuk memberikan pelatihan tentang pentingnya iklan digital yang ditunjang dengan desain kemasan yang unik untuk meningkatkan pemasaran IRT. Kegiatan pengabdian tentang desain kemasan dan iklan digital diharapkan mampu membantu IRT Rengginang Desa Prambontergayang tersebut dalam memasarkan produk jajanan pasar sehingga dapat meningkatkan pendapatan Industri Kecil Menengah (IKM) Rengginang tersebut.*

*Kata kunci: desain produk, jajanan rengginang, pasar digital, Urnikan.*



## A. PENDAHULUAN

Inovasi kemasan produk merupakan salah pertimbangan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut (Sampurna , dkk., 2020). Kemasan produk merupakan cerminan awal konsumen dalam menilai sebuah produk baik dari segi manfaat, estetika maupun kualitas produk (Untari , dkk., 2019). Ragam visual berupa informasi *brand name* yang unik dan berbeda, tagline produk yang simpel dan berkesan, serta pemilihan audio yang tepat merupakan komposisi dalam meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk tersebut (Umami , dkk., 2020). Melalui penentuan komposisi tepat inilah yang dapat menjadikan sebuah produk memiliki *bergaining position* yang tinggi dimata konsumen (Sampurna , dkk., 2020). Sejak era digital perilaku konsumen juga telah mengalami banyak perubahan, diantaranya adalah meningkatnya intensitas belanja online dan penggunaan sosial media (Razdan, Potia, Wintels, & Dadwal, 2020; Accenture, 2020). Pembelian menggunakan uang secara online membuat inovasi bisnis ke sumber pendapatan digital dan saluran digital (Casalino, Żuchowski, Labrinos, Munoz Nieto, & Martín, 2020).

Pasar digital merupakan salah satu fitur yang digunakan untuk meningkatkan penjualan sebuah produk. (Armayani , dkk., 2021) Menurut Hanifawati & Listyaningrum (2021) Iklan yang lebih efektif ada beberapa strategi yang harus digunakan oleh perusahaan, pertama profil harus lengkap dengan informasi seperti alamat website seperti link toko online atau nomor kontak admin, kedua, sajikan konten visual yang menarik untuk target segmen yang dimutakhirkan secara berkala, ketiga, sajikan caption yang menarik dan terstruktur sesuai tujuan iklan, umumnya memuat judul/headline iklan, isi pesan, call to action, dan hastag dan keempat, tentukan target audience iklan sesuai dengan profil segmen pasar dari merek/produk yang akan dipromosikan dan mulai mempromosikan produk. Pantau kinerja iklan dan lakukan analisa terhadap engagement dari calon konsumen dan kinerja penjualan.

Berdasarkan data informasi primer yang dilakukan dengan metode survai dan pengamatan lapangan langsung (*direct observation*) Industri Rumah Tangga (IRT) Urnika yang ada di Desa Prambontergayang kecamatan soko kabupaten Tuban cukup dikenal diwilayah kecamatan tersebut. Produksi jajanan rengginang yang dilakukan oleh IRT tersebut sudah berdiri sejak tahun 2015 dan mendapatkan legalitas PIRT (Pangan Industri Rumah Tangga) pada tahun 2018 dengan nomer 2153523010443-23. Jajanan rengginang sendiri adalah sejenis cemilan semacam krupuk yang berbahan dasar beras ketan dengan proses pembuatannya secara di kukus, kemudian di goreng, sehingga jajanan terasa renyah dan memiliki rasa yang manis dan asin.(Adi Seno, dkk.,2021)

Berasarkan pada observasi awal dilihat bahwa permasalahan yang dimiliki IRT tersebut adalah desain produk yang masih di bungkus dengan plastik dengan berat 1 kg, tentu hal ini menjadi masalah yang cukup besar jika produk ingin di pasarkan ke pasar yang cakupannya lebih luas. Hal ini yang menyebabkan jika di jual di media digital produk kurang menarik dan kurang diminati, sehingga perlu di dasain ulang agar mampu di pasarkan di pasar yang lebih luas. Untuk mencapai Produktivitas pemasaran yang lebih luas pada IRT perajin Rengginang, maka program ini ingin melakukan perbaikan dari aspek pemasaran meliputi perbaikan desain kemasan produk dan

pelatihan pemasaran melalui iklan digital, sehingga produk rengginang tersebut mampu bersain di pasar yang lebih luas.



Gambar 1 Permasalahan Mitra Proses penjualan dengan cara tradisional dan desain kemasan yang kurang menarik yang di wadai dengan berat 1 Kg

## B. METODE

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini menggunakan Jenis data dan informasi terdiri dari data dan informasi primer dan sekunder. Pendekatan pengabdian masyarakat yang dilakukan menggunakan partisipatif (*participatory action research/ PAR*), yang diawali dengan survey pengumpulan data informasi primer melalui wawancara terhadap Industri Rumah Tangga (IRT) Urnika di Desa Prambontergayang kecamatan soko kabupaten Tuban serta pengamatan lapangan langsung (*direct observation*). Dalam pelaksanaan program, alur pelaksanaan PKM dideskripsikan dalam gambar 2.

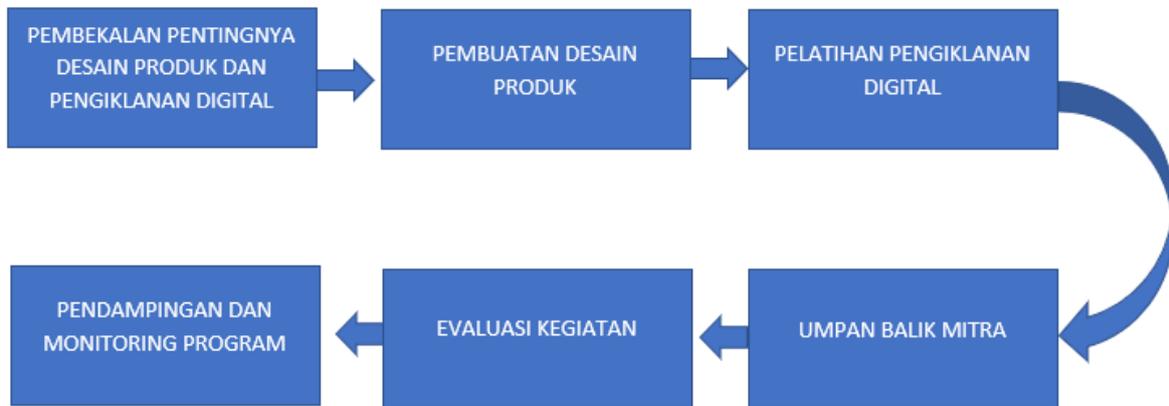


Gambar 2. Alur Pelaksanaan PKM

Adapun pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan ini adalah sebagai berikut :

1. Mitra, berperan aktif sebagai peserta dalam setiap kegiatan yang direncanakan dalam kegiatan PKM
2. Pemerintah Desa Prambontergayang berada di Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban, sebagai pihak instansi pemerintah yang bertugas memantau perkembangan kegiatan.
3. Pengusul, yaitu dari Universitas Bojonegoro merupakan pelaksana kegiatan PKM

Adapun metode dan tahapan dalam penerapan pelatihan ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3 Rencana Penerapan pelatihan

Dalam kegiatan ini, mitra akan berpartisipasi aktif sebagai peserta dalam semua kegiatan yang akan direncanakan dalam PKM yang telah di rencanakan. Rencana evaluasi pelaksanaan program akan dilaksanakan setiap kegiatan yang telah deprogram dan direncanakan. sedangkan untuk keberlanjutan program akan dilakukan monitoring setiap satu bulan sekali setelah program ini selesai dilaksanakan dengan mencatat semua kendala dan permasalahan yang terjadi pada IKM Rengginang Desa Prambontergayang berada di Kecamatan Soko, Kabupaten Tuban sehingga program ini dapat berkelanjutan dan dapat sesuai target utama yaitu mensejahterakan petani Bojonegoro.

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Kegiatan Pelaksanaan PKM

Tabel 1 Justifikasi kegiatan yang akan diusulkan.

Aspek	Permasalahan	Solusi Yang Ditawarkan
Pemasaran	Desain kemasan mitra yang masih belum informatif dan terlihat kurang menarik, sehingga : 1. Daya Tarik cutomer ketika di pasarakan di pasar digital kurang ada respon positif 2. Pangsa pasar terbatas di lingkungan kecamatan soko dan sekitarnya	Pembuatan desain kemasan baru yang lebih menarik dan mampu di terima dengan baik oleh pasar.
	Mitra belum memiliki pemasaran secara digital, sehingga : 1. Informasi ke pasar yang lebih luas kurang produktif 2. Sulid mendapatkan pelanggan baru karena produksi hanya berbasis pesanan.	Pelatihan pengoprasian pemasaran produk yang di media pemasaran digital.

Kegiatan PKM pelatihan desain produk dan iklan digital berlokasi di rumah pemilik IKM Urnika desa prambontergayang kecamatan soko kabupaten tuban. Kegiatan awal yang dilakukan dengan melakukan observasi terhadap potensi yang dimiliki oleh ikm renggingang di desa prambontergayang kecamatan soko kabupaten tuban, Dari hasil survey awal didapatkan persoalan prioritas mitra yang harus dicari solusinya selama pelaksanaan program kemitraan masyarakat seperti pada Tabel 1

### Kegiatan Pelatihan PKM

Pemberian materi pelatihan yang dilakukan dengan cara pengumpulan informasi dan materi melalui jurnal penelitian yang relevan. Materi pelatihan yang diberikan sesuai dengan tema dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu desain produk dan iklan digital. Kami memaparkan bagaimana teknologi yang terus berkembang pesat karena adanya sarana internet yang memberikan kemudahan kepada masyarakat untuk memperoleh informasi dengan mudah. Penggunaan internet yang terus meningkat dan mulai dimanfaatkan masyarakat untuk memperoleh informasi hiburan, pengetahuan, hingga berbelanja online. Namun pemasaran dengan media digital perlu mengembangkan tampilan produk yang lebih menarik. Pengembangan produk perlu kreatifitas untuk memecahkan masalah dan target yang jelas. Oleh karena itu penting bagi perusahaan untuk mengembangkan desain produk dan iklan digital, agar perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lainnya. Berikut hasil desain produk yang telah disepakati Bersama ikm urnika jajanan renggingang



Gambar 4. desain produk IKM urnika jajanan renggingang

Desain produk ini dirancang dengan tampilan yang cukup menarik. Desain produk tersebut terdiri dari:

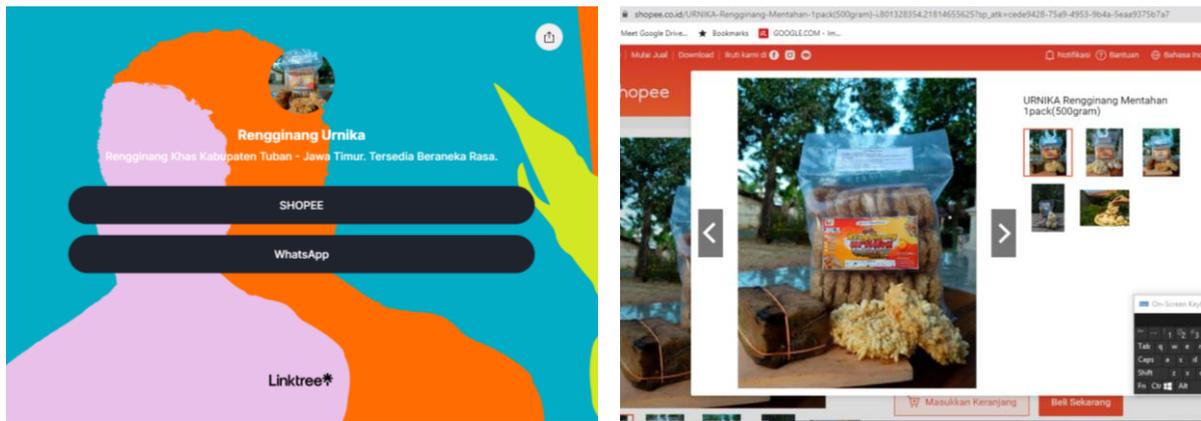
1. Desain pembungkus kemasan
2. Desain penjelasan produk

Dengan prosedur persiapan Peralatan dan Pelengkapan kemasan yang harus disiapkan diantaranya adalah:

1. Menyiapkan Peralatan dan Perlengkapan Kerja
2. Persiapan pembungkus kemasan

### 3. Persiapan Material Packing

Setelah desain produk yang baru dilakukan, maka perlu pemasaran secara meluas, salah satu strategi dalam upaya meningkatkan penjualan adalah dengan media online. Era saat ini banyak diantara IRT memanfaatkan system penjualan berbasis online. Karena internet dapat memberikan peluang besar bagi pelaku usaha, sehingga bagaimana kita sebagai pelaku UMKM untuk mengembangkan hal tersebut. Berikut salah satu hasil web pemasaran yang sederhana untuk meningkatkan penjualan IRT URNIKA jajanan rengginang di desa prambontergayang kecamatan soko kabupaten tuban.



Gambar 5. pemasaran secara online IKM urnika jajanan rengginang

Dalam pemakaian aplikasi pemasaran kami menyampaikan prosedur Aplikasi pemasaran berbasis web sederhana, dengan tampilan yang mudah dipahami oleh IKM, yaitu menu utama berisikan link menuju toko online dan no. whatshap pemilik IKM. Standarisasi proses pengenalan produk rengginang dan penjualan produk rengginang dengan menggunakan teknologi digital guna menciptakan komunikasi terpadu, terarah, dan terukur sehingga dapat membantu memperoleh dan mempertahankan pelanggan serta membangun hubungan yang lebih mendalam dengan mereka. Salah satu strategi dalam upaya pencapaian pemasaran IKM Urnika rengginang di desa prambontergayang kecamatan soko kabupaten tuban adalah penerapan inovasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan IKM yaitu dengan menggunakan pemasaran secara online, hal ini bisa diakses melalui laman web <https://linktr.ee/rengginangurnika>.

#### Evaluasi desain produk dan pemasaran digital

Penggunaan desain produk yang baru yang telah dipraktikan didapatkan keluhan dari pengguna yang awalnya pemasaran hanya dibungkus dengan plastic dan wilayah pemasaran hanya disekitar darah kec. Soko tuban, untuk meningkatkan itu maka dilakukan desain ulang kemasan produk dan penggunaan pemasaran digital yang relevan. Konsistensi dan keberkelanjutan menggunakan desain produk dan pemasaran digital dapat meningkat jumlah pemasaran dan sesuai kebutuhan yang IKM butuhkan.



Gambar 6. evaluasi desain produk

#### D. PENUTUP

Secara umum Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berlokasi kediaman IKM jajanan rengginang Desa Prambontergayang Kecamatan Soko Kabupaten Tuban berjalan dengan baik. Pelatihan pertama yang diberikan pada mitra yaitu memberikan pengetahuan dan informasi tentang tata cara pembuatan desain produk, hasil pelatihan ini didapatkan desain produk baru dan tampilan produk yang lebih menarik. Pelatihan yang kedua yaitu pasar berbasis digital dengan penerapan teknologi yang bisa terhubung dengan internet, hal ini di lakukan untuk memperluas pasar IRT, dengan harapan mampu meningkatkan pendapatan IRT tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Adi Seno, B., Bianca Lewerissa, K., Studi Teknologi Rekayasa Pangan Program Sarjana Terapan, P., Santo Paulus Surakarta, P., & Studi Teknologi Pangan Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga, P. (n.d.). Richovy Snack Bar: Pengembangan Produk Snack Bar Berbasis Rengginang di UMKM Varia Surakarta. In 1~5 Jurnal SEMAR: Vols. x, No.x (Issue 2). <https://jurnal.uns.ac.id/jurnal-semar>
- Armayani, R. R., Chintiya Tambunan, L., Siregar, R. M., Lubis, N. R., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusa*, 5.
- Hanifawati, T., & Listyaningrum, R. S. (2021). Peningkatan Kinerja UMKM Selama Pandemi Covid-19 melalui Penerapan Inovasi Produk dan Pemasaran Online Article Info. *Jurnal Warta LPM*, 24(3), 412–426. <http://journals.ums.ac.id/index.php/warta>
- PusDikLat Kemenkeu. 2018. Pembuatan Fungsi Excel Sendiri (VBA Macro). Materi DikLat VBA Macro. <https://klc.kemenkeu.go.id/course/diklat-microsoft-exceltingkat-tinggi/curriculum/> Diakses terakhir 12 Maret 2020.
- Rasmossen, S. 2011. *Production Economic*, Institute of Food and Resource Economic, Denmark
- Roy, R.M, 2005. *Operation Management*, Ansari road, Daryoganj, New Delhi
- Sampurna, A., Tandian, M., Huang, V., Florescia Simanjuntak, R., & Marta, R. F. (2020). IMPLEMENTASI TOTAL BRANDING DALAM PERSPEKTIF SEMIOTIKA PEMASARAN. *Journal of Strategic Communication*.
- Umami, Z., Noor H, M., & Bashori M.A, Muh. H. (2020). PELATIHAN DESAIN PRODUK DAN IKLAN DIGITAL UNTUK KELURAHAN GAJAH MUNGKUR. *Abdimasku*, Vol.3, No. 3,.

Untari, D. T., Darusman, D., Prihatno, J., & Arief, H. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN KULINER TRADISIONAL BETAWI DI DKI JAKARTA. EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan), 2(3), 313–340.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i3.4011>