

## Strategi Peningkatan Penjualan Produk Briket Kelurahan Indro Melalui *Branding Packaging dan Marketing*

### *Strategy to Increase Sales of Indro Village Briquette Products Through Branding, Packaging and Marketing*

Muhammad Niqey Dzi Qolbin Saliem<sup>1\*</sup>, Nikita Dinda Purnamasari<sup>2</sup>, Wardatul Lailiyah<sup>3</sup>, Sajidah Tiara Ayu Wiranda<sup>4</sup>, Alma Dwi Yulia Sari<sup>5</sup>, Melanida Agustin<sup>6</sup>, Tiara Nuriyah Sani<sup>7</sup>, Avril Virga Mutiara Yasmin<sup>8</sup>, Dhea Lailiya Rahma<sup>9</sup>, Mechtildis Vanessa Caesarika<sup>10</sup>, Nur Rahmawati<sup>11</sup>

<sup>1-11</sup>UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi : [21032010230@student.upnjatim.ac.id](mailto:21032010230@student.upnjatim.ac.id)

#### Article History:

Received : November 29, 2023;

Accepted : Desember 14, 2023

Published: Desember 30 2023

**Keywords:** *Briquettes, Marketing, SMEs, Packaging*

**Abstract:** *The problems often experienced by Small and Medium Enterprises (SMEs) in Indro Village are inappropriate marketing strategies and less attractive packaging. The aim of carrying out this Real Work Lecture (KKN) community service activity is to increase understanding of the importance of packaging and marketing aspects of charcoal briquette products among SMEs in Indro Village. In its implementation, it is carried out using a direct counseling and training method approach to SMEs actors which consists of four stages, namely observation, counseling, training and mentoring, and evaluation. From the evaluation results, it was found that the women in Indro Village already understood the material presented, and training and assistance for creative packaging could also be followed well. However, 4 out of 10 people experience difficulties in creating Instagram content. This is due to age and lack of familiarity with social media tools.*

**Abstrak :** Permasalahan yang sering dialami oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Indro adalah strategi pemasaran yang kurang tepat dan *packaging* kurang menarik. Tujuan dilaksanakannya kegiatan pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini adalah untuk meningkatkan pemahaman mengenai pentingnya aspek *packaging* dan *marketing* produk briket arang pada UMKM di Desa Indro. Dalam pelaksanaannya dilakukan dengan pendekatan metode penyuluhan dan pelatihan langsung terhadap pelaku UMKM yang terdiri dari empat tahap yaitu observasi, penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, serta evaluasi. Dari hasil evaluasi didapatkan bahwa ibu-ibu di Kelurahan Indro sudah memahami materi yang dipaparkan, pelatihan dan pendampingan untuk *creative packaging* juga dapat diikuti dengan baik. Akan tetapi 4 dari 10 orang mengalami kesulitan dalam pembuatan konten instagram. Hal ini disebabkan karena faktor usia dan kurangnya familiar terhadap *tools* dalam sosial media.

**Kata Kunci:** *Briket, Marketing, Packaging, UMKM*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara (Pratama et al., 2021). Pada tahun 2011, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berhasil memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan negara dengan menyumbang sekitar 61,9 persen dari total pendapatan Produk Domestik Bruto (PDB) melalui pembayaran pajak (Rahmi et al., 2020). Menurut (Gereffi & Fernandez-Stark, 2016), salah satu usaha kecil menengah yang sedang mengalami perkembangan dan memiliki potensi ekspor yang signifikan di pangsa pasar global adalah produksi briket arang dari tempurung

\* Muhammad Niqey Dzi Qolbin Saliem , [21032010230@student.upnjatim.ac.id](mailto:21032010230@student.upnjatim.ac.id)

kelapa. Permintaan terhadap briket arang mulai meningkat di Indonesia pada awal tahun 2000-an, terutama dari pasar Eropa, Amerika, dan Timur Tengah. Produk ini sangat dicari di Eropa dan Amerika sebagai bahan bakar untuk keperluan barbeque.

Sementara di Timur Tengah, briket arang menjadi pilihan utama sebagai bahan bakar untuk rokok sissa. Kebutuhan ini mendorong permintaan dari luar negeri, membuka peluang bagi para pengusaha yang fokus pada produksi briket arang dari batok kelapa.

Dalam persaingan bisnis yang semakin intensif, perusahaan harus cermat dalam menetapkan strategi penjualan. Sasaran khusus dari pengabdian ini berfokus pada aspek kemasan dan saluran distribusi. Oleh karena itu, pada kegiatan pengabdian terhadap UMKM ini memiliki tujuan untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat dengan terlibat secara langsung dalam manajemen usaha dan strategi pemasaran pelaku UMKM di Kelurahan Indro, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Produk arang yang dihasilkan UMKM Kelurahan Indro masih menggunakan kemasan seadanya dalam penjualannya. Seperti baju bagi manusia, pengemasan (*packaging*) sangat penting bagi suatu produk (Zen et al., 2017). Kemasan dapat mempengaruhi harga jual suatu produk (Amaliah, 2022). Seiring dengan perkembangan pasar, fungsi *packaging* tidak hanya terbatas pada melindungi keamanan produk, tetapi juga semakin menekankan aspek estetika (Chomsatu et al., 2019). Selain itu penjualan arang kelurahan Indro selama ini mengharuskan konsumen yang ingin memesan atau membeli produk untuk datang langsung ke lokasi atau memesan lewat WhatsApp untuk melihat produk yang akan dibeli. Penyelesaian untuk tantangan yang dihadapi oleh kelurahan Indro adalah membuat akun *platform* media sosial atau *marketplace*. Hal ini bertujuan untuk mempermudah proses pemesanan, memberikan kemudahan dalam melihat rincian produk, serta mendapatkan informasi tentang harga produk yang akan dipesan atau dibeli.

Sehingga pada kegiatan KKN non-tematik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur 2023 kali ini dibuat salah satu program kerja *branding packaging* dan *marketing* terhadap produk unggulan arang. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dan pengetahuan masyarakat yang terlibat dalam UMKM, agar dapat mengelola usaha mereka secara efektif dalam menghadapi tantangan era digital. Dengan adanya Kuliah Kerja Nyata (KKN) Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur terhadap masyarakat Kelurahan Indro, diharapkan masyarakat mendapatkan pengetahuan, pemanfaatan dan kreativitas yang belum diketahui oleh masyarakat tersebut.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan khusus bagi pihak-pihak yang akan merasakan manfaatnya, yakni pelaku UMKM yang berfokus pada produk briket yang berada di Kelurahan Indro, Gresik. Dalam pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dengan pendekatan metode penyuluhan dan pelatihan langsung terhadap pelaku UMKM yang terdiri dari empat tahap, yang dipaparkan dalam bentuk diagram sebagai berikut:



**Gambar 1.** Alur Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap observasi merupakan tahapan awal dalam pengabdian dengan melakukan pengamatan ke lokasi tujuan (Ramadhan, 2023). Observasi memiliki tujuan untuk mengamati dan menyesuaikan keadaan dan perilaku tempat pengabdian akan dilakukan. Observasi dilakukan dengan memilih lokasi dan pelaku UMKM yang bergerak dalam produksi briket. lokasi dan objek pengabdian adalah Ibu- ibu pelaku UMKM produk briket sekitar Kelurahan Indro yang terletak di Kabupaten Gresik. Kelurahan Indro dipilih karena merupakan salah satu daerah pengepul produk briket yang belum menggunakan *creative packaging* dan *branding* dalam memasarkan produknya. Observasi awal dilakukan pada tanggal 29 Oktober 2023 untuk melihat kondisi lokasi. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 12 November 2023 dan diikuti oleh ibu-ibu pelaku UMKM sekitar Kelurahan Indro.

Tahap penyuluhan atau sosialisasi merupakan tahapan pengenalan dan pemaparan terkait hal yang akan didiskusikan yaitu produk briket. Kegiatan ini berfokus utama pada dua hal melatih ibu - ibu membuat *creative packaging* dan melatih *branding* produk melalui *social media*. Kedua fokus utama tersebut dikemas dalam bentuk ceramah berupa pemaparan dan penjelasan materi yang dijabarkan menjadi tiga materi berupa produk briket, *branding packaging* dan *marketing*.

Tahap selanjutnya adalah praktik secara langsung berupa pelatihan dan pendampingan

*branding packaging* dan *marketing*. Pelatihan dan pendampingan dilakukan secara daring, di lapangan terbuka Kelurahan Indro. Pelatihan dan pendampingan ini merupakan bentuk realisasi dari penjelasan materi yang disampaikan. Tujuan dari pelatihan dan pendampingan ini untuk mempersiapkan ibu - ibu dalam mengembangkan produknya yaitu produk briket.

Tahap terakhir adalah evaluasi dilakukan guna mengetahui sejauh mana pemahaman dari pelaku UMKM terhadap kegiatan yang dilakukan. Tahap evaluasi dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada ibu - ibu yang telah melaksanakan pelatihan dan pendampingan tersebut.

## HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa pelatihan dan pendampingan *creative packaging* dan *branding marketing* produk briket melalui sosial media di Kelurahan Indro telah selesai dilaksanakan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini diawali dengan pembekalan materi dari tim KKN Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Materi pertama terkait produk briket sebagai produk unggulan Kelurahan Indro. Kelurahan Indro merupakan salah satu pengepul briket terbesar di Kabupaten Gresik. Produk briket yang dihasilkan memiliki kegunaan yaitu sebagai bahan bakar pengganti minyak yang lebih ramah lingkungan sehingga dapat mengurangi pencemaran akibat penggunaan bahan bakar fosil.



**Gambar 2.** Materi pertama

Materi kedua dijelaskan terkait strategi *packaging* dan *creative packaging* yang sesuai untuk produk briket. Pada awalnya produk briket di Kelurahan Indro hanya menggunakan plastik biasa yang tidak menunjukkan identitas produk. Plastik yang dipakai juga sangat tipis sehingga produk briket rentan mengalami kerusakan.



**Gambar 3.** *Packaging* awal produk briket



**Gambar 3.** Pelatihan dan Pendampingan *creative packaging*

*Packaging* yang baik apabila memenuhi beberapa syarat dimana dapat melindungi produk, menjaga kualitas produk, memuat identitas produk berupa nama, jenis produk, penjelasan singkat produk dan lain-lain. Untuk itu tim KKN membuat desain *packaging* dengan menggunakan kardus berwarna merah untuk menambah kesan menarik dari produk briket. Tim KKN UPN juga membuat logo dengan nama produk yaitu briket.ku. kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan dan pendampingan pengemasan menggunakan *creative packaging* yang telah disiapkan.

Materi ketiga dijelaskan mengenai strategi *branding* produk briket melalui *social media campaign*. Strategi *branding* memiliki tujuan utama sebagai pembeda identitas antara pesaing usaha satu dengan yang lain. Adanya *branding* melalui sosial media membuat produk briket semakin dikenal. Pemasaran secara *online* berfungsi untuk memperluas cakupan penjualan untuk khalayak umum. Dengan harapan meningkatkan nilai ekonomi penjualan produk briket di Kelurahan Indro. Strategi pemasaran *online* juga lebih efisien dan praktis.



Gambar 4. Logo Produk Briket.ku

Logo diatas adalah hasil desain dari tim KKN UPN, logo tersebut berisi informasi terkait nama produk briket yaitu briket.ku. Pada logo juga dijelaskan *tagline* dari produk tersebut yaitu “*long lasting burning*” yang bermakna tahan lama selama pembakaran. Kemudian terdapat gambar produk briket yang terbakar memberi kesan bentuk briket kepada konsumen. Kemudian terdapat tahun yakni 1948 yang menunjukkan seberapa lama produk briket ini. Pemilihan warna hijau tua dan krem digunakan bermakna stabil dengan harapan penjualan produk briket di Kelurahan Indro dapat stabil tiap saat.



Gambar 5. Feed Instagram akun @briket.Ku

Tim KKN membantu dalam pembuatan media sosial berupa Instagram. Setelah itu, tim KKN juga mendampingi dalam mengajarkan beberapa fitur seperti membuat postingan, membuat reels video, hingga video siaran langsung guna mempromosikan produk briket yang dijual. Pembuatan media sosial sebagai penunjang strategi *branding* untuk produk briket ini melalui beberapa tahapan yaitu memilih media sosial yang tepat sesuai target konsumen, tentukan konten yang akan dipromosikan, buat jadwal rutin secara berkala dan bervariasi terkait konten yang akan diunggah, pilih desain berupa tema dan warna yang sesuai dengan produk, posting konten secara konsisten. Gambar diatas merupakan *instagram* yang dibuat dan telah memiliki 437 pengikut dalam kurun waktu dua bulan. *Feed* tersebut berisi informasi terkait produk briket yang dihasilkan oleh Kelurahan Indro, lokasi produk, manfaat produk, dan informasi produk briket yang lain. Dengan adanya akun media sosial, pelaku UMKM juga dapat menganalisis bisnisnya untuk pengembangan produk yang jauh lebih baik lagi.

Setelah dilakukan proses pelatihan dan pendampingan, dilakukan sesi wawancara kepada beberapa ibu-ibu untuk mengevaluasi hasil pengabdian masyarakat dengan hasil ditunjukkan dalam tabel berikut:

**Tabel 1. Evaluasi Hasil Pengabdian**

| No. | Pertanyaan  | Jawaban                          |
|-----|---|----------------------------------|
| 1.  | Apakah Materi terkait produk briket dapat dipahami?                                 | Ya, dapat dipahami (10/10)       |
| 2.  | Apakah materi terkait <i>creative packaging</i> untuk produk briket dapat dipahami? | Ya, dapat dipahami (10/10)       |
| 3.  | Apakah materi terkait <i>branding marketing</i> untuk produk briket dapat dipahami? | Ya, dapat dipahami (8/10)        |
| 4.  | Apakah pelatihan <i>creative packaging</i> dapat diterima dan diikuti dengan mudah? | Ya, sangat mudah diikuti (10/10) |
| 5.  | Apakah pelatihan pembuatan konten di Instagram dapat diikuti dengan mudah?          | Tidak seberapa mudah (4/10)      |

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa ibu-ibu di Kelurahan Indro sudah memahami materi yang dipaparkan, pelatihan dan pendampingan untuk *creative packaging* juga dapat diikuti dengan baik. Akan tetapi 4 dari 10 orang mengalami kesulitan dalam pembuatan konten instagram. Hal ini disebabkan karena faktor usia dan kurangnya familiar terhadap *tools* dalam sosial media tersebut. Untuk itu penting bagi kami tim KKN UPN “Veteran” Jawa Timur untuk memberikan pendampingan khusus agar dapat memahami cara pembuatan konten di Instagram.

## KESIMPULAN

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa strategi *branding* dan *packaging* yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk briket di Kelurahan Indro. Pelatihan yang telah dilakukan kepada ibu-ibu di Desa Indro sebagai pelaku UMKM adalah memperkenalkan materi mengenai produk briket sebagai produk unggulan di Desa Indro, kemudian melakukan pelatihan strategi *creative packaging* produk briket, selanjutnya materi ketiga diisi dengan menyampaikan materi mengenai strategi *branding* untuk produk briket dengan harapan meningkatkan nilai ekonomi penjualan produk briket di Kelurahan Indro. Mahasiswa/i melakukan pendampingan dalam pembuatan logo produk briket, serta melakukan *branding* melalui sosial media sebagai upaya yang dilakukan untuk *strategi marketing*. Dari rangkaian kegiatan yang telah dilakukan, Ibu-ibu di Kelurahan Indro sudah memahami materi yang dipaparkan, pelatihan dan pendampingan untuk *creative packaging* juga dapat diikuti dengan baik. Salah satu kendala yang dialami adalah pembuatan konten Instagram, Oleh karena itu, mahasiswa/i melakukan pendampingan khusus supaya ibu-ibu dapat lebih memahami cara pembuatan konten di Instagram.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Tim PKM mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. LPPM Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang memberikan kesempatan dan dukungan kepada penulis dalam bentuk materi dan non materi untuk melaksanakan pengabdian pada masyarakat.
2. Dosen pembimbing Ibu Nur Rahmawati S.T., M.T. yang telah membimbing kami selama pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN)
3. Warga Desa Indro yang bersedia berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan KKN ini.
4. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan KKN ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

## DAFTAR REFERENSI

- Amaliah, T. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini. *Mopolayio: Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 2(1), 57–62.
- Chomsatu, Y., Mursito, B., & Maulana, I. (2019). Pelatihan Kewirausahaan: “Strategi Peningkatan Penjualan melalui Packaging Produk yang Menarik” pada UMKM Desa Gumukrejo Teras Boyolali. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(1).

- Gereffi, G., & Fernandez-Stark, K. (2016). *Global value chain analysis: a primer*.
- Pratama, B. C., Innayah, M. N., & Darmawan, A. (2021). Pendampingan Umkm Dan Pedagang Kaki Lima (Pk1) Terdampak Pandemi Covid-19 Di Area Kampus Universitas Muhammadiyah Purwokerto Dalam Menjalankan Contactless Business. *BUDIMAS: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 116–122.
- Rahmi, N., Pohan, C. A., Arimbhi, P., Mansur, M., & Zulkifli, Z. (2020). Pelatihan Pembukuan Keuangan Sederhana dalam Rangka Pelaksanaan Kebijakan Pajak yang Baru (PP Nomor: 23/2018) Untuk Pelaku UMKM Naik Kelas di Kota Depok. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 152–158.
- Ramadhan, R. F. (2023). Penyuluhan Isra'dan Mi'raj sebagai Upaya Menumbuhkan Kecintaan kepada Rasulullah SAW kepada Anak. *KHIDMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 66–73.
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 1(2), 12–15.