



Penyuluhan *Branding* Bagi Kelompok Wanita Tani Nua Luri Dalam Rangka Meningkatkan Nilai Jual Produk Hortikultura di Kelurahan Malumbi, Sumba Timur

Junaedin Wadu^{1*}, Suryaningsih Ndahawali², Alfrian Talakua³, Diana Andayani Djoh⁴

^{1,2,3,4}Universitas Kristen Wira Wacana Sumba, Jalan R. Soeprapto No. 35, Prailiu, Sumba Timur, NTT, 87113. Indonesia
e-mail: junawadu@unkriswina.ac.id¹, ningsih@unkriswina.ac.id², alfriantalakua@unkriswina.ac.id³,
dianadj@unkriswina.ac.id⁴

Artikel History:

Received: 2024-05-02 / Received in revised form: 2024-05-12 / Accepted: 2024-05-31

ABSTRACT

The Nua Luri women's farmer group is a farmer group that cultivates horticultural products in Malumbi Village, Kambera District, in East Sumba Regency, because it has sufficient potential land resources and is supported by technical irrigation in the area, so this is a good and necessary opportunity. used by farmers. The horticultural products cultivated are quite diverse, ranging from mustard greens, kale, spinach, tomatoes, sweet corn, eggplant, and other commodities. However, there are several problems, one of which is that the competitiveness of agricultural products is not very good, which can cause the selling value of horticultural products to be low. Therefore, to increase the competitiveness of horticultural products for this group, appropriate marketing strategies are needed, one of which is providing brands/branding to agricultural products. This activity was carried out at the Nua Luri Women Farmers group in Malumbi Village, Kambera sub-district, East Sumba Regency. The method in this activity is to provide counseling and training on labeling and use of packaging on horticultural products, followed by a direct demonstration regarding packaging and labeling on products. The results of the training resulted in the logo and product name of Nua Luri Fresh Farm. Participants were enthusiastic and active in taking part in this activity.

Keywords: *Branding, Nua Luri Farming Women's Group, Horticulture*

ABSTRAK

Kelompok wanita tani Nua Luri merupakan kelompok tani yang mengusahakan produk hortikultura di Kelurahan Malumbi Kecamatan Kambera, di Kabupaten Sumba Timur, karena mempunyai potensi sumber daya lahan cukup serta didukung dengan irigasi teknis yang berada pada daerah tersebut, sehingga hal ini menjadi peluang yang baik dan perlu dimanfaatkan oleh para petani. Produk-produk hortikultura yang diusahakan cukup beragam mulai dari sawi, kangkung, bayam, tomat, jagung manis, terong dan komoditas lainnya. Namun beberapa permasalahan seperti salah satunya adalah daya saing produk hasil pertanian belum begitu baik, dimana akan dapat menyebabkan nilai jual produk hortikultura menjadi rendah. Oleh karena itu untuk meningkatkan daya saing produk hortikultura bagi kelompok tersebut maka diperlukan strategi pemasaran yang tepat, salah satunya

*Junaedin Wadu.

Email: junawadu@unkriswina.ac.id

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



dengan memberikan merek/ *branding* pada produk pertanian. Kegiatan ini dilaksanakan pada kelompok Wanita Tani Nua Luri di Kelurahan Malumbi, kecamatan Kampera, Kabupaten Sumba Timur. Metode dalam kegiatan ini adalah memberikan penyuluhan dan pelatihan pelabelan dan penggunaan kemasan pada produk hortikultura, selanjutnya dilakukan demo secara langsung terkait pengemasan dan pelabelan pada produk. Hasil pelatihan menghasilkan logo dan nama produk *fresh farm Nua Luri*. Peserta antusias dan aktif mengikuti kegiatan tersebut.

Kata kunci : Branding, Kelompok Wanita Tani Nua Luri, Hortikultura

1. PENDAHULUAN

Kelompok Wanita Tani (KWT) Nua Luri merupakan kelompok tani yang mengusahakan produk hortikultura di Kelurahan Malumbi Kecamatan Kampera, karena mempunyai potensi sumber daya lahan cukup serta didukung dengan irigasi teknis yang berada pada daerah tersebut, sehingga ini menjadi peluang yang dimanfaatkan oleh para petani untuk melakukan usahatani khususnya produk hortikultura. Produk-produk hortikultura yang diusahakan cukup beragam mulai dari bawang merah, tomat, sawi, kol, dan komoditas lainnya. Peranan Kelompok tani sangat berpotensi dalam melakukan pengembangan usaha karena sebagai sarana untuk belajar dan bertukar informasi terkait usahatani, hal ini didukung dengan penelitian Kiki *et al.* (2022) bahwa peran kelompok tani pada daerah irigasi di Kecamatan Kampera berpengaruh signifikan terhadap pendapatan petani.

Potensi sumber daya alam yang dimiliki daerah ini menjadikan masyarakatnya memanfaatkan peluang tersebut dengan melakukan usaha tani hortikultura. Begitupun dengan para petani di beberapa desa/kelurahan di Kecamatan Kampera melakukan usaha yang hampir sama yaitu budidaya hortikultura. Sehingga pada musim panen *supply* produk hortikultura cukup melimpah yang membuat persaingan pada kegiatan pemasarannya, hal ini sejalan dengan penelitian Sastrawan *et al.* (2016) yang mengungkapkan bahwa salah satu ancaman utama dalam pengembangan bisnis produk hortikultura adalah persaingan yang cukup ketat. Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen membutuhkan produk yang berkualitas dari segi produknya, untuk memenuhi kebutuhan konsumen tersebut maka petani diharuskan menyiapkan produknya dengan maksimal agar dapat merebut peluang pasar.

Salah satu upaya menjaga kualitas produk adalah dengan melakukan kegiatan pasca panen yang tepat, salah satunya melalui penggunaan kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk. Menurut Hutujulu *et al.* (2018) pengemasan merupakan salah satu teknik penanganan yang sangat menentukan dalam proses menjaga kualitas buah agar terhindar dari berbagai jenis kerusakan, khususnya kerusakan mekanis. Selain itu agar produk hortikultura semakin menarik dan disukai oleh konsumen adalah dengan membuat *branding* yang meliputi mempunyai nama merek, logo, dan desain kemasan yang menarik yang akan membedakan produknya dengan produk pesaing. Menurut Kotler dan Gertner (2004) menyatakan bahwa “*brand* dapat membedakan satu produk dengan yang lainnya dan memberikan nilai tertentu terhadap produk tersebut”. *Brand* dapat memperkuat rasa percaya seseorang akan produk tertentu. *Brand* membangkitkan emosi tertentu, dan menjadi salah satu yang berpengaruh atau mendorong seseorang untuk berperilaku tertentu, misalnya membeli atau tidak membeli sesuatu.

Menurut Diarta, *et al.* (2016) kaitannya dengan mem-*branding* produk pertanian maka penambahan ciri ekstrinsik (misalnya label) pada produk pertanian akan menjadi sangat penting ketika ciri intrinsiknya tidak diketahui. Pelabelan produk akan memperbesar peluang produk dapat dijual dengan harga lebih premium. Pelabelan berarti konsistensi terhadap kualitas produk. Sehingga dari latar belakang di atas perlu dilakukan penyuluhan terkait *branding* bagi petani agar harga jual produk hortikulturanya semakin baik.

Sehingga berdasarkan latar belakang di atas salah satu solusi yang diberikan bagi petani di KWT Nua Luri adalah dengan memeberikan penyuluhan terkait *branding* dan akan diberikan desain kemasan, nama merek, dan logo, agar produk mereka mempunyai ciri khas dan dapat dibedakan oleh konsumen dengan milik pesaingnya.

2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelaksanaan PkM dilakukan di Kelompok Wanita Tani Nua Luri Kelurahan Malumbi, Kecamatan Kampera, Kabupaten Sumba Timur. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan 15 orang ditambah dengan tim dari Unkriswina yang terdiri dari dosen dan mahasiswa. Kegiatan PkM ini terdiri dari tahap persiapan sampai dilakukan evaluasi tanggapan peserta terhadap kepuasan kegiatan dan produk yang dihasilkan. Waktu pelaksanaanya terdiri dari 2 jam berdiskusi tentang persiapan alat dan bahan, 2 jam pemaparan materi dan demonstrasi penggunaan label dan kemasan sampai pada monitoring, serta evaluasi. Adapun metode pelaksanaan sebagai berikut:

2.1. Tahap Survei

Kegiatan ini meliputi survei lokasi dan berkoordinasi dengan kelompok tani untuk mengetahui permasalahan dan menemukan solusi untuk permasalahan yang dihadapi oleh kelompok tani.

2.2. Tahap persiapan

Tahap ini akan dilakukan persiapan oleh dosen dan mahasiswa terkait materi dan desain *brand* dan kemasan yang akan disosialisasikan kepada petani. Tim pengabdian terdiri dari dosen dan mahasiswa beserta ketua Kelompok dan anggota mendiskusikan persiapan alat dan bahan untuk kegiatan PkM selama 2 jam. Topik diskusi yaitu mengenal, tujuan, dan manfaat *branding* bagi komoditas hortikultura.

2.3. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini telah dilaksanakan dengan metode penyuluhan, pelatihan langsung terkait *branding* serta melakukan demo pelabelan pada kemasan, mengemas produk hortikultura pada kemasan yang telah disediakan. Pemaparan materi dilakukan oleh dosen dan dibantu oleh mahasiswa-mahasiswa Prodi Agribisnis untuk melakukan demonstrasi penggunaan kemasan.

3. HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan ini merupakan PkM dosen mandiri dan pelaksanaan PkM berkolaborasi dengan mahasiswa program studi Agribisnis Unkriswina Sumba. Pelaksanaan PkM dilakukan pada Kelompok Wanita Tani Nua Luri di Kelurahan Malumbi Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. Jumlah peserta yang mengikuti kegiatan 15 orang. Kegiatan PkM ini terdiri dari tahap survei, persiapan sampai dilakukan pelaksanaan kegiatan. Waktu pelaksanaanya terdiri dari 2 jam pemaparan materi dan berdiskusi tentang Branding dan pengemasan, 2 jam demonstrasi terkait pengemasan dan labeling produk hortikultura. Adapun metode pelaksanaan sebagai berikut:

3.1. Tahap Survei

Pada tahap ini dilakukan tahap survei pada lokasi PkM dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang ada pada kelompok dan berdiskusi tentang potensi pada lokasi tersebut. Dari Hasil diskusi diperoleh bahwa terjadi persaingan untuk pemasaran produk hortikultura di Kelurahan Kampera karena rata-rata masyarakat setempat bekerja pada sektor pertanian yaitu berusahatani

produk hortikultura. Dari hasil penelusuran juga ditemukan potensi di daerah tersebut, yaitu merupakan daerah penghasil produk hortikultura, karena didukung dengan lahan yang cukup baik dan tersedia irigasi sebagai penunjang usaha mereka. Sehingga dari hasil diskusi tim bersepakat untuk memberikan penyuluhan terkait branding dalam rangka meningkatkan nilai jual produk hortikultura dari kelompok tersebut.

3.2. Tahap Persiapan

Tahap ini merupakan tahap persiapan bahan-bahan yang digunakan untuk mengemas produk hortikultura, serta melakukan diskusi untuk desain kemasan, nama brand logo, dan jargon. Setelah melakukan diskusi di sepakati nama merek dari produk hortikultura Kelompok Wanita Tani Nua Luri adalah “*Fresh Farm Nua Luri*” dengan jargon *Fresh From the Garden* yang mengartikan bahwa produk hortikultura dari kelompok tersebut merupakan produk segar yang baru dipanen dan langsung dipasarkan. Menurut Harminingtyas (2013) mengungkapkan bahwa jargon yang efektif adalah jargon yang mampu meningkatkan keputusan konsumen dalam pembelian, sesuai dengan tujuannya untuk memperkenalkan ataupun meningkatkan pengetahuan konsumen terkait *brand*. Selanjutnya logo yang didesain didominasi warna hijau yang mengartikan kesegaran dari produk-produk hortikultura. Logo yang didesain berbentuk bulat yang artinya berkelanjutan, menandakan bahwa usahatani yang mereka jalankan bersifat berkelanjutan. Menurut Ainun *et al.* (2023) Pengembangan logo bagi pelaku usaha akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri, symbol/logo merupakan representasi visual dari identitas merek yang berbentuk ideogram, ikon, simbol, lambang, atau tanda. Berikut gambar dari logo produk hortikultura Kelompok Wanita Tani Nua Luri:



Gambar 1. Logo Produk Hortikultura KWT Nua Luri

3.2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap ini dilakukan kegiatan penyuluhan secara langsung kepada Kelompok Wanita Tani Nua Luri. Kegiatan ini berlangsung dalam dua sesi, yaitu sesi yang pertama dilakukan pemaparan materi terkait branding, penjelasan meliputi apa itu branding, tujuan branding, dan pentingnya brand bagi produk pertanian. Setelah itu diberikan materi tentang pentingnya pengemasan bagi kelompok tersebut. Selanjutnya dilakukan diskusi bersama kelompok wanita tani terkait materi yang telah diberikan, terlihat peserta cukup aktif dalam berdiskusi terkait materi yang telah diberikan.

Tahap kedua, setelah materi diberikan, dilakukan demo secara langsung/pelatihan kepada kelompok wanita tani untuk melakukan pengemasan menggunakan kemasan wrap dan kemasan mika, dan pelabelan pada kemasan yang telah dibuat. Selama kegiatan demo berlangsung terlihat peserta aktif dan semangat dalam melakukan pengemasan dan pelabelan, hal ini dikarenakan kegiatan yang baru bagi kelompok tersebut, sehingga para peserta antusias dalam kegiatan tersebut. Berikut dokumentasi kegiatan disajikan pada gambar 2.



Gambar 2. Dokumentasi Pelaksanaan Penyuluhan dan Pelatihan *Branding*

SIMPULAN

Dari hasil pelaksanaan PkM pada kelompok Wanita Tani Nua Luri maka dapat disimpulkan bahwa terdapat potensi hortikultura yang cukup baik di daerah tersebut dan didukung dengan potensi Sumber Daya Alam. Selanjutnya nama merk dari produk hortikultura Kelompok Wanita Tani Nua Luri adalah “*Fresh Farm Nua Luri*” dengan jargon *Fresh From the Garden*. Berdasarkan hasil pelaksanaan peserta penyuluhan cukup aktif dalam berdiskusi serta antusias dalam melakukan demo terkait pengemasan dan pelabelan.

SARAN

Bagi petani perlu menerapkan teknologi pengemasan dan branding bagi produk hortikultura agar mampu berdaya saing dan meningkatkan nilai jualnya. Selanjutnya perlu bekerjasama dengan supermarket agar menambah citra produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun N., Wahida H., & Maming R. 2023. Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 6(1): 674 - 681
- Diarta IKS., Lestari PW., & Dewi IAPC. 2016. Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis*. 4(2): 170-187
- Harminingtyas R. 2013. Analisis Penggunaan Tagline Pada Setiap Usaha Periklanan Minuman Ringan Berkarbonasi Merek Coca-Cola Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Kota Semarang. *Fokus Ekonomi*. 8(2): 162-178
- Hutajulu ED., Mahendra MS., & Astawa INY. 2018. Pengaruh Berbagai Jenis Kemasan Terhadap Umur Simpan dan Perubahan Fisiko-Kimia pada Buah Stroberi (*Fragaria sp.*). *E-Jurnal Agroekoteknologi Tropika*. 7(2): 211-219
- Kiki FM., Retang EUK., Wadu J. 2022. Peran Kelompok Tani Terhadap Pendapatan Petani Padi Sawah Di Daerah Irigasi Teknis Kecamatan Kampera Kabupaten Sumba Timur. *Mimbar Agribisnis (Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis)*. 8(1): 195-208
- Kotler, Philip dan David Gertner. 2004. *Country as Brand, Product and Beyond: a Place Marketing and Brand Management Perspective in Morgan, Nigel., Annettr Pritchard dan Roger Pride*. 2004. *Destination Branding: Creating the Unique Destination Proposition*. New York: Elsevier
- Sastrawan U., Ramadhani RY., Zahra MNA., Annisaputri S. 2016. Strategi Pengembangan Bisnis Produk Hortikultura Pada Waaida Farm. *Jurnal Sains Terapan*. 6(1): 63-82