

---

## PENGEMBANGAN KEMASAN DAN STRATEGI PEMASARAN "DUMILAH COKELAT"

Diyah Santi Hariyani<sup>1</sup>, Aglis Andhita Hatmawan<sup>2</sup>, Apriyanti<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun, Madiun, Indonesia

email: [diyah.santi@unipma.ac.id](mailto:diyah.santi@unipma.ac.id)<sup>1</sup>, [aglis.hatmawan@unipma.ac.id](mailto:aglis.hatmawan@unipma.ac.id)<sup>2</sup>, [kelip.apriyanti@unipma.ac.id](mailto:kelip.apriyanti@unipma.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstrak:** UMKM ini bergerak pada bidang pembuatan cokelat yang bernama "Dumilah Cokelat" yang terletak di Kabupaten Madiun lebih tepatnya di Desa Kare. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memperkenalkan kepada masyarakat umum pembaruan logo dan kemasan, melatih masyarakat menggunakan media sosial guna mengenalkan ke konsumen yang luas. Metode yang digunakan adalah melakukan sosialisasi kepada Pemerintah Desa Kare dan industri mitra, melatih dan mendampingi mitra membuat template sosial media yang efisien dan efektif, melatih dan mendampingi mitra membuat desain, mengembangkan desain cokelat dumilah, melakukan monitoring dan evaluasi. Hasil yang dicapai adalah mitra mengenali dan terampil membuat konten sosial media yang efisien dan efektif, mitra mengenali dan terampil membuat desain, mengembangkan desain kedepannya

**Kata Kunci:** Kemasan; Desain; Konten Sosial Media; UMKM

### Pendahuluan

Madiun memiliki ikon kota Gadis merupakan pusat perdagangan dan perindustrian, inilah yang menjadikan di sisi perindustrian terkenal dengan PT. Inka sebagai industri kereta api terbesar di Indonesia sedangkan perdagangan di Madiun banyak terdiri dari UMKM atau unit usaha yang masih berskala rumahan. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggandeng mitra UMKM dari ujung timur Madiun yakni Dumilah Cokelat di Desa Kare. Sampai saat ini kelompok tani "Gondo Arum" sudah bisa memproduksi cokelat sendiri walaupun belum maksimal. Produk cokelat tersebut di beri nama "Dumilah Cokelat". Nama Dumilah diambil dari nama anak Bupati pertama Madiun yaitu Bupati Pangeran Timur (Panembahan Ranga Jumena) dan putri bernama Raden Ayu Retno Dumilah.

Pada tahun 2019 UMKM "Dumilah Cokelat" mendapatkan bantuan dari pemerintah Jawa Timur yaitu berupa perlengkapan mesin yang dapat menunjang produksi cokelat. Bantuan tersebut sangatlah penting dan berharga bagi UMKM "Dumilah Cokelat" karenanya pemerintah sangat peduli terhadap kelompok tani, apalagi usaha tersebut memproduksi cokelat. Cokelat sendiri mempunyai daya jual yang sangat tinggi, sehingga paling tidak bisa meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya di daerah Kare. Dengan adanya bantuan tersebut kelompok tani Gondo Arum sangat bersemangat untuk lebih giat lagi dalam memproduksi cokelat.

Yuliani & Widyakanti (2020) menjelaskan bawa pentingnya pengetahuan tentang kemasan agar dapat bersaing dipasar dan dikenal konsumen. UMKM selama ini kemasannya cuma tersedia

satu model kemasan saja yaitu ziplock. Informasi yang termuat pada stiker seperti nama merek, tanggal kadaluarsa, logo masih belum ada. Sehingga kemasan dari produk juga perlu ditingkatkan untuk dapat dikenal pasar. Kendala atau masalah yang dihadapi selain itu yaitu mereka masih belum paham betul bagaimana cara memasarkan produk mereka. Sampai saat ini, mereka memasarkan produknya secara tradisional, hal ini dikarena terbatasnya sumber daya manusia yang belum terlalu menguasai penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran.

## Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan merupakan landasan atau acuan agar proses dalam program pengabdian kepada masyarakat ini berjalan secara sistematis, terstruktur, dan terarah. Setelah proses observasi lapangan dan identifikasi permasalahan dilakukan, maka setelahnya dilakukan perancangan solusi. Selanjutnya solusi yang telah dirancang dan direncanakan akan diajukan kepada mitra untuk mendapatkan tanggapan. adanya kegiatan pengabdian masyarakat telah dilaksanakan pada tanggal 4 November 2020 sampai tanggal 7 Desember 2020. Metode yang akan digunakan dalam program ini ditunjukkan pada

gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

## Hasil dan Pembahasan

Hasil tahapan-tahapan yang telah dilakukan dalam kegiatan menyelesaikan permasalahan mitra meliputi:

1. Observasi dan identifikasi kelemahan mitra, observasi dilakukan dengan maksud mengidentifikasi kelemahan dari sentra "Dumilah Cokelat". Kelemahan yang ada diantaranya yaitu desain logo yang belum memiliki filosofi, desain stiker kemasan yang kurang menarik, kemasan yang kurang praktis dan tidak ada akun media sosial.



Gambar 2 Tempat Proses Produksi

2. Penawaran solusi pada mitra, solusi yang ditawarkan yaitu membuat desain ulang logo, kemasan, dan media sosial sebagai bentuk publikasi dari "Dumilah Cokelat".



Gambar 3 Koordinasi dengan kelompok Tani

3. Perancangan sistem solutif, dari penawaran yang telah disetujui oleh pihak sentra maka dilakukan rancangan pembuatan desain logo, kemasan dan juga media sosial yang sebelumnya telah disepakati oleh sentra.
4. Pembuatan Desain Logo, pembuatan desain Logo merupakan tahap awal yang harus dilakukan dalam program ini. Komersialisasi produk merupakan tahap memperkenalkan produk yang telah diproduksi kepada para konsumen. Pada tahap ini diperlukan suatu usaha agar produk benar benar dapat diterima oleh masyarakat, yaitu dengan memberikan merek produk, membuat desain logo produk semenarik mungkin.
5. Pembuatan Desain Kemasan, untuk menarik pelanggan, sentra tidak hanya harus memiliki brand yang kuat atau logo yang menarik, tetapi sentra harus bisa menawarkan produk yang tidak kalah unik dengan pesaing. Sentra juga harus bisa mewujudkan produk yang dibutuhkan oleh pelanggan, tapi ditambahkan dengan nilai plus, sehingga hal tersebut dapat membedakan produk

pesaing. Salah satu cara membuat produk yang unik adalah dengan desain kemasan produk yang menarik (Cahyaningrum et al., 2021; Sutanto et al., 2021).

6. Pembuatan Konten/Media Sosial, setelah melakukan perbaikan logo dan kemasan produk kemudian dilakukan pembuatan akun media sosial untuk membantu dalam memasarkan produk "Dumilah Cokelat" agar bisa dikenal luas oleh masyarakat Indonesia selain itu bisa meminimalkan biaya pengeluaran untuk biaya pemasaran. Melalui pemasaran media sosial dapat meningkatkan omset penjualan dan jangkauan penjualan yang lebih luas (Bastomi & Musodikin, 2021; Elita Tarihoran et al., 2021; Eriana et al., 2020; Hariyani & Kuncoro, 2020)
7. Pelatihan Penggunaan Media Sosial, memberikan wawasan kepada kelompok tani Gondo Arum terhadap penggunaan media sosial guna untuk meningkatkan pendapatan kelompok tani Gondo Arum. Pelatihan media sosial dimuali dari pembuatan akun Instagram, kemudian melakukan foto produk, dan yang terakhir melakukan upload foto ke akun Instagram.
8. Monitoring dan evaluasi, tahap terakhir yang dilakukan untuk memantau perkembangan dari "Dumilah Cokelat" maka perlu diadakan monitoring dan evaluasi terkait berbagai program kerja yang telah dilakukan untuk mengetahui apa saja yang telah tercapai dan yang belum tercapai.

Hasil yang sudah dicapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat dalam hal ini mengembangkan dan memperbaiki media pemasaran, yaitu:

1. Perbaikan serta pengembangan desain logo untuk digunakan oleh kelompok tani Gondo Arum. Usulan desain logo yang kami tawarkan sangat membantu bagi UMKM "Dumilah Cokelat" karena mereka telah memiliki logo baru untuk produk "Dumilah Cokelat" yang memiliki filosofi serta ciri khas tersendiri sehingga lebih mudah dikenal oleh masyarakat luas.
2. Pembuatan desain kemasan baru untuk membantu UMKM "Dumilah Cokelat" agar memiliki kemasan baru yang lebih menarik. Beberapa usulan yang ditawarkan untuk UMKM "Dumilah Cokelat" sudah disepakati oleh kelompok tani Gondo Arum yaitu pembuatan desain kemasan untuk toples, yang sebelumnya hanya ada kemasan ziplock, kini juga tersedia dalam kemasan toples. Kemasan yang mewah dan praktis juga dapat menarik minat konsumen untuk membeli dan mencoba produk "Dumilah Cokelat".



Gambar 4 Desain Logo dan Kemasan.

3. Pembuatan instagram untuk membantu pihak sentra dalam memasarkan/ mengenalkan produknya untuk lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas, selain masyarakat di lingkungan dimana Dumilah Cokelat diproduksi, dengan memanfaatkan media sosial yang ada salah satunya instagram tersebut. Kelompok tani Gondo Arum sekarang sudah mempunyai media sosial sendiri seperti Instagram dan juga akun facebook dengan link:

[https://instagram.com/dumilah\\_cokelat?igshid=156jymxd5jjnu](https://instagram.com/dumilah_cokelat?igshid=156jymxd5jjnu)

<https://www.facebook.com/dumilah.cokelat.7>

Kedua media sosial tersebut digunakan untuk memasarkan produk coklat mereka, dengan memanfaatkan media sosial tersebut produk "Dumilah Cokelat" bisa lebih dikenal secara global.

4. Pembuatan foto katalog untuk mengetahui Dumilah Cokelat apa saja yang diproduksi



Gambar 5 Proses Foto Produk

## Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat pada UMKM "Dumilah Cokelat" yang terletak di Desa Kare, Kecamatan Kare, Kabupaten Madiun menghasilkan pengembangan logo, desain kemasan baru yang lebih menarik. Pemasaran melalui media sosial dapat memperluas pengenalan produk dan jangkauan pemasaran sehingga dapat meningkatkan pendapatan dari "Dumilah Cokelat" yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat di Desa Kare, khususnya kelompok tani "Gondo Arum". Kedepannya UMKM untuk meningkatkan lagi pemasaran harus aktif juga dalam penggunaan media sosial.

## Saran

Kegiatan meningkatkan penggunaan dalam media sosial perlu pendampingan, dikarenakan tingkat pendidikannya masih tergolong rendah dan kebanyakan masih kurang menguasai teknologi digital. Strategi pemasaran kedepannya UMKM ini harus mulai merambah ke *digital marketing*.

## Ucapan Terima Kasih

Pelaksana kegiatan ini mengucapkan terimakasih kepada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun dan kepada pelaku UMKM kelompok tani "Gondo Arum" Desa Kare, Kab Madiun yang telah memberikan dukungan dan kesempatan dalam kegiatan pengabdian.

## Daftar Pustaka

- Bastomi, M., & Musodikin, I. (2021). *Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Pemasaran Online Produk Batu Batako*. Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat, 2(2), 90–95.
- Cahyaningrum, A. D., Widada, D., & Gunawan, S. (2021). *Analisis Strategi Pemasaran Produk Air Minum Dalam Kemasan Merk Amula Dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)*. Jurnal Dinamika Teknik, IV (2), 10–22.
- Elita Tarihoran, J., Ika Mardiani, M., Dwi Putri, N., Sari Novareila, R., Sofia, A., & Farida Adi prawira, I. (2021). *Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up di Indonesia*. KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, 9(1), 72.
- Eriana, E. S., Hidayat, I., Romadhon, R. R., Azmal, F., & Romadhon, R. R. (2020). *Pemanfaatan Sosial Media Untuk Facebook Di Masyarakat Parung Serab RT.03/01 Kec Ciledug*. Jurnal Ilmu Komputer, IV (01), 31–34.
- Hariyani, D. S., & Kuncoro, D. (2020). *Peningkatan Kualitas Packaging Dan Penerapan Digital Marketing Umkm Roti Bolu Desa Sidomukti Magetan*. Journal of Social Empowerment, 5(2), 58–66.

Sutanto, A., Ramadhan, A. N., Irvansyah, H. N., Dahlan, U. A., Kembang, D., Progo, K., Kenteng, D., & Pendahuluan, A. (2021). *Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk Umkm Di Kenteng Kembang Naggulan Kulon Progo*. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, 5(1), 310–318.

Yuliani, R., & Widyakanti, W. (2020). *Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan dan Label Pada UMKM*. *KUAT: Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2 SE-Articles), 71–76.