Jurnal Mardika, Masyarakat Berdikari dan Berkarya
https://ejurnalunsam.id/index.php/mardika
Volume 3 | Nomor 2 | Juli | 2025
e-ISSN: 3032-3053
DOI: doi.org/10.55377/mardika.v3i2.13436

OPTIMALISASI KEMASAN PRODUK SUSU KAMBING SULIS ETAWA SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN

Yusri Nadya, Yusnawati, Meutia Dewi, Yuke Aulia
Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Samudra

Kata Kunci:
Optimalisasi;
Susu kambing;
Sulis etawa;
Strategi pemasaran;
Kemasan produk.

Corespondensi Author
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Samudra
Email: Nadya_yusri@unsam.ac.id

History Artikel
Received: 11 April 2025;
Reviewed *:* 15 April 2025;
Revised *:* 29 April 2025;
Accepted *:* 11 Juni 2025;
Published *:* 30 Juni 2025.

Abstrak. Susu kambing etawa memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal, khususnya di Aceh Tamiang. Usaha Sulis Etawa, yang didirikan pada 2018, menghadapi tantangan dalam pemasaran karena kemasan yang sederhana dan penjualan yang terbatas pada platform offline, seperti WhatsApp. Desain kemasan yang menarik dan informatif sangat dibutuhkan untuk meningkatkan daya saing produk di pasar lokal dan nasional. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah kemasan yang kurang menarik dan pemasaran yang masih bersifat offline. Solusi yang diusulkan adalah perbaikan desain kemasan dengan mencantumkan informasi penting seperti logo halal, komposisi, dan tanggal kedaluwarsa. Beberapa tahapan telah berhasil dilaksanakan, termasuk sosialisasi kegiatan, koordinasi dengan mitra terkait desain kemasan, dan implementasi kemasan baru. Evaluasi awal menunjukkan peningkatan minat konsumen terhadap produk setelah perubahan kemasan, yang diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Pendahuluan

Indonesia dengan keberagaman budaya dan sumber daya alam yang melimpah, memberikan peluang yang besar bagi pengembangan produk lokal yang berkualitas dan memiliki nilai tambah tinggi (Yusri, 2021). Salah satu potensi yang sangat menjanjikan adalah produksi susu kambing etawa, terutama di daerah Aceh Tamiang. Aceh Tamiang, yang terletak di Provinsi Aceh, memiliki kekayaan alam yang melimpah, termasuk lahan hijau yang luas dan kondisi lingkungan yang mendukung untuk beternak kambing etawa (BPS Aceh Tamiang, 2023)]. Salah satu Usaha susu kambing etawa di Aceh Tamiang adalah Sulis Etawa, yang berlokasi di Desa Benua Raja Kecamatan Rantau, dengan jumlah penduduk berjumlah 2.750 jiwa (Gofur, 2017), sehingga Usaha susu kambing Sulis Etawa memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi lokal dan menyediakan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat.. Usaha susu kambing Sulis Etwa didirikan oleh ibu Elis Marahayuni pada Tahun 2018. Dalam sekali produksi menghasilkan 60 botol susu etawa dengan ukuran botol 250 ml. usaha susu kambing Sulis etwa ini memiliki peternakan kambing sendiri, berjumlah 30 ekor kambing etawa sehingga susu etawa yang dihasil masih sangat segar dan ini menjadi daya jual tersendiri. Susu kambing etawa adalah susu yang dihasilkan oleh kambing jenis Etawa, yang dikenal memiliki kandungan nutrisi yang tinggi dan lebih mudah dicerna dibandingkan dengan susu sapi (Ratya, dkk. 2017). Adapun manfaat susu kambing etawa adalah kaya akan nutrisi, meningkatkan sistem kekebalan tubuh, mengurangi risiko alergi, menjaga Kesehatan tulang dan menjaga Kesehatan kulit (handayani. Dkk, 2021). Namun, untuk bersaing dipasar yang semakin ketat, penting bagi para produsen susu kambing etawa untuk memperhatikan aspek-aspek penting dalam pemasaran. Permasalahan yang dihadapi mitra adalah Tingkat penjualan produk susu kambing Sulis Etawa masih rendah, salah satu penyebabnya adalah produk susu kambing Sulis Etawa masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik, yang mana mungkin menghambat potensi pemasaran produk mereka. Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh tim pengabdi usaha ini sudah memiliki sertifikat izin pangan industri rumah tangga (PIRT). Hal yang disayangkan apabila sertifikat ini tidak tertera dalam kemasan. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengembangkan desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan karakteristik produk serta nilai-nilai budaya lokal



Gambar 1. Kemasan Susu Kambing Sulis Etawa

Dari Gambar 1. terlihat bahwa kemasan hanya menggunakan botol plastik bening tanpa label kemasan, tidak terdapat informasi apa pun pada kemasan botol tersebut, sehingga tampilannya kurang menarik konsumen. Padahal Desain kemasan memegang peran yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen, menciptakan citra merek yang kuat, dan meningkatkan daya saing produk di pasar (Syamsuardi, dkk, 2021). Dalam konteks produk lokal seperti susu kambing etawa dari Aceh Tamiang, desain kemasan dapat menjadi alat yang efektif untuk memperkenalkan nilai-nilai budaya lokal, menonjolkan keunikan produk, dan menarik minat konsumen baik di tingkat lokal maupun nasional

Metode

Metode kegiatan pengabdian ini diuraikan sebagai berikut: Tahap – tahap Pelaksanaan Pengabdian

1. Melakukan temu ramah dengan Mitra

Tahapan ini dilakukan temu ramah dengan mitra dengan tujuan untuk mengetahui kekurangan yang ada di mitra tersebut sehingga tim pengabdi dapat memberikan sesuatu yang bermanfaat untuk mitra tersebut untuk dapat meningkatkan hasil produksi dan pendapatannya. Dari hasil diskusi dengan mitra didapatkan kekurangan pada kemasannya yang kurang menarik, hanya berupa botol plastik polos saja dan penjualannya masih bersifat offline dan hanya berdasarkan pesanan.

2. Persiapan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan persiapan ini dimulai dengan Tim Pengabdi dan pemilik usaha berdiskusi untuk membuat desain label kemasan. Setelah selesai, tim pengabdi menunjukkan kepada pemilik usaha dan merevisi kembali apabila ada hal-hal yang perlu diperbaiki agar desain sesuai dengan keinginan pemilik usaha.

3. Pelaksanaan Pengabdian

Pelaksanaan pengabdian dimulai dengan memperkenalkan label yang ada dalam kemasan, tujuan dan bahan dasar pembuatan kemasan agar pemilik usaha memahami tujuan penentuan bahan dan pemberian label pada kemasan tersebut.

4. Pendampingan

Tim pengabdi melakukan pendampingan terhadap usaha Susu Kambing Sulis Etawa terkait penggunaan kemasan yang baru.

5. Evaluasi

Kegiatan ini meliputi evaluasi terhadap semua kegiatan PKM yang telah dilakukan yaitu mulai dari perancangan desain kemasan, pembuatan kemasan, sosialisasi dan koordinasi kegiatan. Setelah semua kegiatan terlaksana berapa persenkah target yang tercapai dari target yang telah ditentukan jika masih jauh belum tercapainya perlu dilakukan evaluasi terhadap hal- hal yang mengakibatkan target tersebut belum tercapai

Hasil Dan Pembahasan

1. Persiapan dan Sosialisasi Kegiatan

Tim PKM telah melakukan sosialisasi kepada mitra tentang permasalahan yang dihadapi, yaitu kemasan yang kurang menarik dan minim informasi. Pemilik usaha setuju dengan rencana perbaikan kemasan.



Gambar 2. Paparan Hasil Permasalahan yang dihadapi.

2. Koordinasi Desain Kemasan

Diskusi dengan pemilik usaha telah dilakukan untuk memahami preferensi kemasan. Tim memberikan beberapa pilihan desain kemasan yang lebih menarik dengan menampilkan informasi produk seperti logo halal, komposisi, dan tanggal kedaluwarsa. Berikut beberapa desain kemasan yang ditawarkan tim pengabdi kepada mitra



3. Pembuatan Desain dan Label Kemasan

Tim telah menyelesaikan desain kemasan yang mencakup label yang lebih informatif dan menarik. Setelah dilakukan beberapa revisi sesuai dengan masukan mitra, desain akhir

telah disetujui, dan tim pengabdi mulai melakukan proses pencetakan stiker kemasan pada percetakan.

4. Pelaksanaan dan Pendampingan

Desain kemasan yang baru telah diproduksi dan digunakan untuk produk Susu Kambing Sulis Etawa. Tim pengabdi mendampingi mitra dalam implementasi kemasan baru ini untuk memastikan keberhasilan perubahan tampilan produk dipasar

5. Monitoring dan Evaluasi Awal (Agustus 2024)

Evaluasi awal menunjukkan adanya peningkatan minat konsumen sebesar 20% setelah penggunaan kemasan baru. Kemasan yang lebih informatif dan menarik perhatian konsumen dinilai berhasil meningkatkan daya tarik produk





Gambar 3. Pelaksanaan dan Pendampingan PKM

Kesimpulan

Kegiatan PKM ini telah berhasil mencapai beberapa target penting, seperti pembuatan dan penerapan kemasan yang lebih baik dan peningkatan daya tarik produk di mata konsumen. Meski proses revisi desain memerlukan waktu tambahan, hasil awal menunjukkan perubahan positif. Tim pengabdi akan melanjutkan pendampingan dan evaluasi untuk memastikan pencapaian akhir yang optimal.

Daftar Rujukan

Aninomus. 2023. Kabupaten Aceh Tamiang Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Kabupaten Aceh Tamiang

Gofur, Abdul. 2017. Susu Kambing Perternakan Etawa (PE0 dan Peranannya dalam Produksi Mamalia, Cetakan I. Um Press . Malang

Handyani. Y.Nadya and S. F. Zuhra, 2021. "Redesign Kemasan Produk Terasi Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD)," [Online]. Available: http://univ45sby.ac.id/ejournal/index.php/industri/index

Muhammad Yusri. 2021. Analisis Deskriptif Pengembangan Ekonomi Lokal dan Kaitannya Dengan Pengembangan Wilayah Berkelanjutan. . Jurnal Somasi Dosial Humaniora Komunikasi. E-issn 2723-6641

Ratya N. E Taufik. I.I Arief. 2017. Karakteristik Kimia dan Biologis Susu Kambing Peranakan Etawa di Bogor. Jurnal Imu Produksi danTeknologi Hasil Pertanian. Vol.5. ISSN 2303-2227

Syamsuardi. St. Fatmah Hiola dan Mihsan Said Ahmad. 2021. PKM Pengembangan Desai Kemasan Produk Bagi Pelaku Jasa Boga Kota Makasar. Seminnar Nasional Hasil Pengabdian Universtias Negeri Makasar