

## *Assistance for Home Industry Businesses in Bekasi for Digital Marketing Development and Packaging Design for Moristevia Tea*

### Pendampingan Usaha Industri Rumah Tangga di Bekasi untuk Pengembangan Marketing Digital dan Desain Packaging Teh Moristevia

Ida Deliyarti<sup>1</sup>, Nana Taryana<sup>2</sup>, Herindiyati<sup>3</sup>, RA. Laksmi Widyawati<sup>4</sup>, Aryani Widyakusuma<sup>5</sup>,  
Rahayu Triko Herawati<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Arsitektur, Fakultas Teknik, Universitas Borobudur Jakarta

\*E-mail: ida\_deliyarti@borobudur.ac.id<sup>1</sup>, nana\_taryana@borobudur.ac.id<sup>2</sup>

#### **Abstract**

*The moringa industry has quite promising prospects. Currently, a Moristevia tea production business has been developed in Bumi Dirgantara Permai Housing, Jatisari Village, Jatiasih District, West Java Province, which is a Home Industry (IRT) business partner. From the results of the field study, it was found that the marketing business of Moristevia tea production was still using conventional methods, so its reach was limited. Another of that, the packaging display is not representative which results in the business experiencing stagnation. The aim of this Community Service is to increase the potential of the community, in this case the household business partners, to be more independent and productive. The implementation method has 3 stages there is preparation, implementation and evaluation stages. The stage of implementing marketing solutions and digital marketing training, namely designing the packaging for "Moristevia" tea products to be more attractive. The final result of the Digital Marketing mentoring and training activities is that Partner successfully registered the "Bakul Kelor Raya" Brand Account. The success of creating this account was on TikTok Ads, Instagram, Market Place, and WhatsApp Group.*

**Keywords:** Digital marketing, packaging, moristevia, IRT business partners

#### **Abstrak**

*Industri berbahan kelor memiliki prospek cukup menjanjikan. Saat ini telah dikembangkan usaha produksi teh Moristevia di Perumahan Bumi Dirgantara Permai Kelurahan Jatisari Kecamatan Jatiasih Provinsi Jawa Barat yang menjadi mitra usaha Industri Rumah Tangga (IRT). Dari hasil studi lapangan ditemukan masalah bahwa pemasaran usaha IRT produksi teh Moristevia masih menggunakan metode konvensional sehingga terbatas jangkauannya. Selain itu tampilan kemasan (packaging) yang tidak representatif yang berakibat usaha tersebut mengalami stagnan. Tujuan dari Pengabdian Masyarakat ini yaitu meningkatkan potensi Masyarakat dalam hal ini mitra usaha IRT agar lebih mandiri dan produktif. Metode pelaksanaan ada 3 tahapan, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Tahap pelaksanaan solusi bidang pemasaran dan pelatihan digital marketing yaitu mendesain packaging produk teh "Moristevia" menjadi lebih menarik. Hasil akhir dari kegiatan pendampingan dan Pelatihan Digital Marketing yaitu Mitra berhasil mendaftarkan Akun Merk "Bakul Kelor Raya". Keberhasilan pembuatan akun ini ada di TikTok Ads, Instsagram, Market Place, dan WhatsApp Group.*

**Katakunci:** Digital marketing, packaging, moristevia, mitra usaha IRT

## **1. PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sektor industri berbahan kelor memiliki prospek cukup menjanjikan, namun kelangkaan bahan baku dan minimnya kreatifitas olahan membuat usaha ini kurang populer dimasyarakat. Edukasi memperkenalkan kelor kepada masyarakat harus dilakukan agar lebih mengenal manfaatnya. Menindaklanjuti hasil pengabdian Masyarakat sebelumnya mengenai pengembangan dan pemberdayaan sumber daya lokal, baik sumber daya alam dari tumbuhan lokal kelor dan stevia, sumber

daya manusia yaitu mitra Industri Rumah Tangga (IRT). Dari hasil studi lapangan ditemukan masalah bahwa pemasaran usaha IRT produksi teh Moristevia masih konvensional sehingga terbatas jangkauannya dan tampilan kemasan (*packaging*) yang tidak representatif sehingga usaha mengalami stagnan. Dapat disimpulkan bahwa hampir tidak ditemukan sentuhan teknologi di usaha IRT yang berlokasi di Bekasi. Proses produksi menjadi lambat dan kurang berkualitas jika tanpa teknologi, akibatnya jumlah produksi menurun dan tidak dapat memenuhi permintaan pasar.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan diatas dengan Mempromosikan iklan produk teh Moristevia agar penjualan lebih luas area pemasarannya, lebih efektif dan efisien. Perlu penangan khusus untuk Teknologi pemasaran yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan pemasaran produk teh Moristevia yang menurun, sehingga dapat dikenal lebih luas dan dapat menjangkau konsumen yang tepat dan membutuhkan produk tersebut.

Teknologi digital sebagai media pemasaran produk melalui jaringan *e-commers* yang memanfaatkan *channel online shop* untuk beriklan sambil berdagang dipasar global. Inovasi Teknologi Informasi membantu cara beriklan dan berdagang di era modern dan tanggap dengan kemajuan teknologi industri berbagai komoditi unggul dibidang pertanian dan kesehatan guna pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mengaplikasikan teknologi digital tersebut diperlukan pelatihan dan pendampingan agar mitra kedepannya dapat mandiri dalam melakukan promosi produk teh Moristevia.

Pendampingan dibidang produksi adalah mendesain kemasan (*packaging*) produk menjadi lebih menarik, bentuk yang fungsional serta mampu menginterpretasikan isi (produk) yang terkandung didalam kemasan tersebut, bahan kemasan yang harus sesuai bentuk isinya, sehat, higienis, dan berkualitas. Pendampingan ini diwujudkan dalam bentuk pelatihan digital marketing dan mengelaborasi bentuk *packaging* (kemasan), pemahaman filosofi teh, dengan prinsip keamanan pangan dan syarat Kesehatan, sehingga terbentuk kemasan teh Moristevia yang menarik untuk menjang pemasaran produk tersebut.

## 1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam kegiatan Pengabdian Masyarakat adalah Bagaimana melakukan pemasaran dan produksi teh Moristevia yang menarik dan representatif guna menarik minat konsumen agar usaha IRT di Bekasi mengalami kenaikan dan semakin produktif. Penyelesaian masalah tersebut dilakukan dengan cara memperbaiki produksi melalui *repackaging* dan pemasaran dengan teknologi digital.

## 1.3. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini adalah meningkatkan potensi Masyarakat dalam hal ini mitra usaha IRT produksi the Moristevia agar lebih mandiri dan produktif dengan metode pendampingan dan pelatihan kepada mitra tersebut. Tujuan khusus dibidang pemasaran diharapkan dapat mengembangkan sistem pemasaran dengan menerapkan teknologi digital marketing untuk lebih memperluas area penjualan sehingga dapat menjangkau calon pembeli yang tepat sasaran. Sedangkan tujuan dibidang produksi, memperbaiki dan mendesain ulang kemasan (*packaging*) produk agar lebih menarik secara visual (*eyecatching*), dan mengganti bahan kemasan yang sehat, higienis sesuai saran mutu pangan dan saran keamanan pangan BPOM, dan bernilai estetik sesuai kaidah desain yang proporsional.

## 1.4. Kajian Literatur

### 1.4.1. Digital Marketing

Digital marketing adalah salah satu upaya pemasaran yang memanfaatkan perangkat elektronik, teknologi, dan internet dalam penggunaannya. Pola ini melalui serangkaian proses dalam

melakukan pemasaran suatu produk dan jasa dengan memanfaatkan media internet, fokus pada promosi produk atau suatu jasa baru, branding dan menjaga hubungan serta loyalitas dengan pelanggan yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan (Sumarni, 2019 dalam Lailia Ayu Ramadhani, 2022).

Pada zaman digitalisasi saat ini, strategi digital marketing sangat potensial digunakan bagi produsen karena dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui internet (Lailia Ayu Ramadhani, 2022). Digital marketing hanyalah media beriklan didunia online. Pelatihan dan evaluasi hanyalah stimulus kepada mitra agar bisa lebih berkembang dalam usahanya. Melalui media digital marketing, mitra dapat mengeksplor seluruh kreatifitas menciptakan iklan. Iklan ang kreaif mampu menyampaikan pesan kepada konsumen, iklan ang menarik dan berkelanjutan akan mampu mendapatkan simpaik public dipasar global. melalui chanel yang telah dibuat.

#### 1.4.2. Kriteria Pemilihan Kemasan

Kriteria dari Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) pertimbangan dalam memilih kemasan makanan. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Sifat bahan kimia pangan dan stabilitasnya. Yang termasuk dalam hal ini adalah komposisi kimia, biokimia, mikrobiologi kemungkinan reaksi dan kecepatan reaksi terhadap bahan kemasan pengaruhnya dengan suhu dan waktu.
- b. Sifat bahan kimia pengemas. Apakah bahan kimia tersebut mudah termigrasi? Bagaimana pengaruh suhu dan waktu kontak terhadap komposisi pengemas?
- c. Evaluasi terhadap faktor lingkungan. Dalam hal ini produsen perlu mengamati migrasi bahan kimia pada kemasan berdampak apa saja ke lingkungan.

Peraturan tentang kemasan pangan yang terambil dari Undang-undang No.7 Th 1996 tentang Pangan (UU 7/1999) serta Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 329/Menkes/Per/XII/76 tentang Produksi dan Peredaran Pangan. Berdasarkan dua aturan tersebut, syarat kemasan makanan yang baik antara lain harus memenuhi hal berikut:

- a. Kemasan tidak bersifat toksik dan beresidu terhadap makanan
- b. Kemasan sanggup menjaga bentuk, rasa, kehygienisan, dan gizi bahan pangan
- c. Senyawa bahan toksik pada kemasan tidak boleh bermigrasi ke dalam bahan pangan terkemas
- d. Bentuk, ukuran dan jenis kemasan memberikan efektivitas
- e. Bahan kemasan tidak mencemari lingkungan hidup

Secara umum, sebuah kemasan mesti mampu melindungi makanan, baik secara fisik, kimia, maupun biologis. Produsen perlu mencermati ada beberapa bahan kemasan yang dapat menimbulkan efek toksik pada manusia karena pengaruh suhu atau pun waktu kontak terhadap jenis bahan makanan tertentu.



Gambar 1. Kemasan Makanan

Seperti diketahui bahwa fungsi utama dari kemasan pangan adalah sebagai wadah yang melindungi produk demi keselamatan dan kenyamanan konsumen saat memakannya. Kemasan harus menjadi prioritas utama produsen dalam berbisnis produk pangan. kemasan yang baik dapat membuat

produk yang terkemas lebih awet dalam rentang waktu yang sesuai. Jika salah memilih kemasan dapat menyebabkan produk cepat basi sebelum waktunya. Ini tentunya akan menjadi masalah atau berbahaya bagi konsumen. Beberapa poin atau peran penting kemasan makanan antara lain: melindungi produk dari kontaminasi luar

- a. menjamin keamanan pangan
- b. memelihara kualitas makanan
- c. meningkatkan masa simpan

Kemasan yang baik dapat membuat produk yang terkemas lebih awet dalam rentang waktu yang sesuai. Jika salah memilih kemasan dapat menyebabkan produk cepat basi sebelum waktunya. Ini tentunya akan menjadi masalah atau berbahaya bagi konsumen. Selain fungsi utama tersebut, sebuah kemasan juga kerap produsen pakai sebagai media untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor. Itulah sebabnya desain kemasan yang menarik turut menjadi bahan pertimbangan produsen selain peran utamanya sebagai pelindung produk.

- 1) Solusi permasalahan yang ditawarkan adalah promosi iklan yang tayang di media social seperti Facebook, Tiktok, Youtube, Instagram dan online shop.
- 2) Solusi permasalahan dibidang produksi adalah kemasan berbahan Karton berbentuk kotak yang fungsional menyesuaikan ini produk, dengan desain yang berkualitas dan elegan, higienis sesuai syarat mutu pangan dan syarat keamanan pangan Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM).



Gambar 2. Berbagai macam kemasan teh celup



Gambar 3. Kemasan teh celup dari kertas karton

Sebuah kemasan tidak hanya membuat produk di dalamnya terlihat lebih cantik dan menarik, namun juga harus mencantumkan dan memberikan berbagai informasi penting terkait produk yang

dikemas. Sehingga bisa membuat konsumen semakin tertarik dan merasa lebih aman dalam menggunakannya. Jika dibandingkan dengan kemasan tanpa keterangan atau tidak mencantumkan label apapun, tentunya konsumen akan lebih percaya dan memilih produk yang kemasannya dilengkapi label dengan berbagai informasi. Namun bagaimana cara mendapatkan ide kemasan yang unik dan kreatif, namun tetap mengandung informasi penting terkait produk? Mari kita bahas bersama.

#### 1.4.3. Ide Kemasan Unik & Kreatif

Idealnya kemasan dirancang dengan tujuan untuk mempromosikan produk, namun harus tetap menjaga fungsi dan memudahkan konsumen dalam menggunakan produk tersebut.

##### a. Multifungsi dan 3R (*Reuse-Reduce-Recycle*)

Penting untuk melihat estetika dan fungsionalitas kemasan sebagai satu kesatuan konsep. Namun, jangan karena menginginkan nilai estetika yang tinggi, kemasan produk menjadi kurang fungsional. Teruslah berusaha berkreasi agar fungsi dan keindahan bisa saling mendukung. Contoh kemasan kentang goreng dari sebuah restoran cepat saji di Indonesia. Tutupnya bisa dilipat ke luar, jadi bisa digunakan untuk menuang saus. Lalu, ada juga kemasan saus makanan yang tutupnya bisa dijadikan sendok. Contoh lainnya adalah kantong kacang dupleks yang menyediakan dua ruang pada kemasannya untuk menampung sisa kulit kacang tanah.

##### b. Memiliki Kearifan Lokal

Konsumen biasanya tertarik dengan kemasan yang dipersonalisasi atau dibuat khusus dengan ciri khas buatan tangan tertentu. Kemasan yang dipersonalisasi akan terasa lebih menyentuh dan dekat dengan pelanggan. Misalnya kemasan sabun herbal, biji kopi, dan teh celup. Dari sekian banyak produk serupa, kemasan produk buatan tangan akan tampil lebih menonjol dan tampil berbeda. Desain kemasan dengan konsep personalisasi akan membuat brand Anda terlihat lebih profesional dan kreatif. Hal ini dapat memudahkan Anda dalam memasarkan produk Anda ke pasar yang lebih luas.

##### c. Ide desain kemasan yang unik namun praktis

Saat ini, semua orang mencari hal-hal praktis. Mereka menyukai produk yang mudah dibawa atau digunakan kemana saja. Konsumen juga senang dengan desain kemasan yang memungkinkan untuk disimpan kembali setelah dibuka. Misalnya saja desain kemasan produk berupa plastik ziplock untuk membungkus produk makanan dan minuman agar lebih awet dan praktis untuk disimpan. Anda juga bisa mengambil inspirasi dari desain kemasan kotak nasi dengan sendok yang memungkinkan untuk dimakan dimana saja.

##### d. Bahan berkualitas yang anti mainstream

Ide desain unik dan kreatif berikutnya adalah yang memiliki bahan berkualitas. Desain kemasan produk yang anti *mainstream*? Bagaimana kalau hanya menggunakan bahan daur ulang? Out of the box dan ramah lingkungan. Konsep desain kemasan ramah lingkungan ini akan menarik perhatian pelanggan karena produk dan brand Anda menunjukkan kepedulian terhadap program keberlanjutan. Bahan utamanya adalah kantong plastik daur ulang, kertas daur ulang dan bahan organik lainnya. Beberapa merek juga telah menggunakan kertas murbei, kertas dari rumput liar, dan kertas dari rami untuk membuat kemasan lebih mudah terurai.

##### e. Mode pengemasan unik

Bosan dengan model teh celup yang itu-itu saja? Anda bisa berkreasi dengan desain kemasan produk yang lebih unik dengan menjadikannya seperti gantungan baju. Bayangkan kantong teh adalah kemeja yang digantung di gantungan. Tentunya cara ini juga akan memberikan pengalaman berbeda bagi konsumen saat menikmati produk Anda.

Agar visualnya semakin menonjol, Anda juga bisa mendesain teh celup seperti kemeja dengan

tambahan lengan di sisi kiri dan kanan. Lalu pada bagian atasnya, daripada hanya menempelkan satu benang saja, gantilah dengan kertas yang bentuknya seperti gantungan baju. Gantungan ini dapat digantung di pinggir gelas, sehingga teh celup tidak perlu lagi dipegang saat proses penyeduhan. Unik dan efisien bukan?.

f. Ide Kemasan Imajinatif

Desain kemasan yang imajinatif tidak akan pernah gagal menarik perhatian konsumen. Jika Anda termasuk orang yang memiliki imajinasi tinggi, tuangkanlah ide-ide kreatif tersebut ke dalam kemasan produk Anda. Misalnya saja ada merek kuas cat yang mengibaratkan kuas tersebut seperti janggut atau kumis pria. Pemilik brand kemudian menambahkan ilustrasi wajah seseorang dengan berbagai karakter dan ekspresi untuk semakin mendukung visual kuas sebagai kumis. Permainan warnanya juga sangat rapi, sehingga kuasnya terlihat persis seperti kumis orang yang berbeda.

Dengan menawarkan model desain seperti itu, Anda juga dapat meningkatkan brand awareness terhadap produk yang Anda jual, karena dapat memudahkan pelanggan mengingat ciri khas produk yang Anda tawarkan. Jadi, mudah diingat, meski banyak pesaing dengan produk serupa, konsumen akan tetap memilih dan membelinya.

#### 1.4.4. Khasiat Teh Celup Moristevia

Kelor adalah sejenis tumbuhan dari suku Moringaceae. Tumbuhan ini dikenal dengan nama lain seperti: limaran, moringa, ben-oil, drumstick, horseradish tree, dan malunggay di Filipina (Wikipedia). Kelor atau yang dalam bahasa latin dikenal dengan nama *Moringa oleifera* merupakan jenis tanaman tropis yang sangat mudah dikenali dari ukuran daunnya yang kecil., pohon kelor juga sangat mudah tumbuh pada tanah yang tidak terlalu subur. Sejak dahulu kelor sudah digunakan baik untuk pengobatan tradisional, jamu maupun dalam ritual yang berbau mistis. Tak heran organisasi WHO menobatkan pohon kelor sebagai miracle tree, setelah menemukan manfaat penting daun kelor. Lebih dari 1.300 studi, artikel dan laporan telah menjelaskan tentang manfaat kelor dan kemampuan dalam penyembuhan penyaki yang penting dalam menghadapi permasalahan wabah penyakit dan masalah kekurangan gizi. Kelor memiliki kandungan gizi lengkap dan Vitamin C yang tinggi, mineral, asam amino, antioksidan asam fenolat dan anti diabetes. Kelor yang multi manfaat dan kaya kandungan zat berkhasiat, selama ini tidak terperhatikan dan luput dari pengamatan masyarakat, selain memiliki banyak manfaat bagi kesehatan, ternyata kelor memiliki potensi yang besar, yang dapat menghasilkan nilai ekonomis yang tinggi (Nurrochmat, 2019).

Stevia adalah tanaman yang digunakan sebagai pengganti gula. Tanaman ini mengandung steviol glikosida yang bisa digunakan sebagai pemanis. Daun manis stevia tidak mengandung kalori atau gula walaupun rasanya jauh lebih manis dari gula. Tanaman ini diambil daunnya untuk dijadikan gula alami. Stevia memiliki enzim yang menambahkan tiga molekul gula khusus, yaitu golongan hidrokarbon yang banyak dihasilkan oleh tumbuhan. Ketiga molekul ini menjadikan stevia 200 kali lebih manis dari gula tebu biasa. Stevia aman karena memiliki nol kalori tapi 200 kali lebih manis dari gula biasa, sehingga stevia bermanfaat sebagai anti kanker dan anti diabetes. Maka tepatlah jika kedua tanaman ini dipadukan untuk menghasilkan teh herbal berkhasiat bagi kesehatan.

## 2. METODE

Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini diawali dengan tahap pengumpulan data yang dibagi menjadi data primer dan sekunder. Setelah masalah ditemukan dan diidentifikasi didapatkan bahwa masih kurang optimalnya industri rumah tangga dalam pemasaran dan produksi. Selanjutnya dilakukan metode pelaksanaan pendampingan untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan. Metode pelaksanaan dilakukan dengan cara pendampingan dan pelatihan di bidang

pemasaran dan produksi. Hasil akhir dilakukan pemantauan dan evaluasi secara berkala atas produk baru yang dihasilkan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh tim Dosen Prodi Arsitektur Fakultas Teknik Universitas Borobudur terkait Pendampingan Usaha Industri Rumah Tangga Di Bekasi Untuk Pengembangan Marketing Digital Dan Desain Packaging Teh Moristevia meliputi 3 tahapan, yaitu tahapan persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Adapun secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Tahapan persiapan  
Akan dilakukan rapat awal yang terdiri dari ketua dan anggota pengusul, mahasiswa, dan mitra sesuai bidang ahlinya. Pada tahap awal ini sudah dibuat time schedule dari kegiatan awal hingga akhir serta pembagian tugas. Di tahap ini juga dilakukan rapat persiapan branding yaitu membahas tampilan kemasan meliputi: Desain, bentuk, warna, komposisi, filosofi merubah desain kemasan (packaging)
- b. Tahapan pelaksanaan  
Pada tahapan ini dilakukan pelaksanaan solusi bidang pemasaran dan pelatihan *digital marketing*. Pelaksanaan solusi yang ditawarkan dalam bidang pemasaran yaitu mendesain *packaging* produk teh "Moristevia" menjadi lebih menarik secara visual dan mempertimbangkan kaidah desain dan kaidah kesehatan sesuai syarat mutu pangan dan syarat keamanan pangan standar BPPOM. Pelaksanaan Strategi *Digital Marketing* dan *Repackage*, yaitu Produk yang menghubungkan antara mitra calon pengusaha daun kelor stevia dengan calon pembeli dipasar global yang memberi peluang untuk dikenal luas. Adapun *2 marketing channel* yang digunakan untuk menerapkan strategi *digital marketing* yaitu Tiktok ads dan Facebook ads.
- c. Tahapan evaluasi  
Evaluasi Pelaksanaan Program Dan Keberlanjutan Program di Lapangan setelah Kegiatan PKM Selesai Dilaksanakan. Evaluasi yang dilakukan selama program berjalan seperti memantau postingan iklan produk di *channel digital* yang didaftarkan dan memantau perkembangan kreatifitas iklannya, melihat grafik kemajuan pengunjung pada *channel e- commers*, mengevaluasi angka penjualan produk.

#### 2.1 Tempat dan waktu

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Perumahan Bumi Dirgantara Permai Kelurahan Jatisari Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi. Pemilihan lokasi dengan pertimbangan. Sektor industri berbahan kelor memiliki prospek cukup menjanjikan, namun kelangkaan bahan baku dan minimnya kreatifitas olahan membuat usaha ini kurang populer dimasyarakat.



Gambar 4. Peta lokasi pelaksanaan pengabdian masyarakat

Waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat kurang lebih memakan waktu 6 minggu, dengan waktu tahap persiapan dimulai dari tanggal 21 Agustus 2023, hingga tahap pelaksanaan sampai dengan 30 September 2023.

## 2.2 Metode pelaksanaan

Dalam kegiatan ini peserta adalah mitra yang memiliki Industri rumah tangga di Perumahan Bumi Dirgantara Permai Kelurahan Jatisari Kecamatan Jatiasih Kota Bekasi. Tahapan pelaksanaan dilakukan dengan pendampingan dan pelatihan *digital marketing*.

## 2.3 Bahan dan alat

*Impulse Sealer*, software pendukung program *Digital Marketing*, seperti *website*, *akun e-commerce*.

## 2.4 Biaya

Perhitungan biaya bagi pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kurang lebih Rp.3.000.000,-

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya pengembangan sektor ekonomi dan industri rumah tangga di Bekasi membutuhkan inovasi dibidang pemasaran, dan produksi. Adapun tahapan yang dilakukan oleh tim pengabdian masyarakat sebagai berikut:

### 1. Tahap persiapan

Pendampingan dan Pelatihan kepada mitra, diperlukan persiapan yang matang dan komprehensif, adapaun langkah-langkahnya sebagai berikut:

- a. Rapat awal persiapan, rapat persiapan *branding*
- b. Membuat website “Bakul Kelor Raya”,
- c. Pembuatan Akun *e-commerce* dalam media social,
- d. Membuat akun *online shop* dimedia sosial seperti: Shopee, Lazada, Tokopedia,
- e. Mendownload aplikasi whatsapp sebagai media komunikasi
- f. Membuat konten gambar dan video iklan untuk kebutuhan promosi
- g. Melakukan *setting, editing, copy writing, sounding* gambar dan video iklan
- h. Edukasi dan pelatihan kepada mitra

### 2. Tahap Pelaksanaan

#### a) Pelaksanaan Pendampingan dan pelatihan

Dari hasil pelaksanaan pendampingan dan pelatihan didapatkan poin – poin penting yang menjadi masukan untuk perbaikan sebagai berikut:

- 1) Mengganti bahan kemasan dari *standing pouch* berbahan plastik menjadi kotak dan kemasan dalam menggunakan aluminium foil agar tetap terjaga kualitas rasa, aroma dan tetap sehat terhindar dari air, udara, bakteri dan kuman dari luar.
- 2) Mendesain ulang tampilan kemasan menjadi lebih menarik, fungsional, dan proporsional.
- 3) Memberi pemahaman kepada mitra terkait desain kemasan menurut syarat kemasan, teknik kemasan, bahan kemasan yang aman, sehat dan berkualitas, serta memberi pilihan bahan kemasan berdasarkan pertimbangan kelebihan dan kekurangan masing – masing bahan kemasan, sebagaimana syarat mutu pangan dan keamanan pangan BPPOM.
- 4) Pelatihan kepada mitra tentang pengetahuan aplikasi Canva, Adobe Photoshop, dan *Adobe Illustrator Professional* untuk mendesain kemasan, Aplikasi ini didukung dengan tools grafis profesional yang inovatif untuk mempermudah pekerjaan.

#### b) Pelaksanaan solusi didapatkan:

- 1) Tahapan pelaksanaan dibidang pemasaran dengan solusinya yaitu mempromosikan iklan teh *Moristevia* melalui teknologi *digital marketing*. Pengembangan metode pemasaran dengan Aplikasi *Digital Marketing* dengan sistem *e-commers* atau perdagangan elektronik untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui



jejaring social, mempromosikan produk teh *Moristevia* secara digital.

- 2) Tahapan pelaksanaan solusi permasalahan mitra dalam bidang produksi adalah mendesain *packaging* produk teh “*Moristevia*” menjadi lebih menarik secara visual dan mempertimbangkan kaidah desain dan kaidah kesehatan sesuai syarat mutu pangan dan syarat keamanan pangan standar BPPOM, agar fungsional dan dapat menginterpretasikan isi produk. Pertimbangan yang harus diperhatikan dalam mendesain kemasan (*packaging*) adalah dengan memperhatikan persyaratan kemasan sesuai syarat mutu pangan dan keamanan pangan BPPOM, yaitu:
  - a) Harus melindungi isi dari pengaruh luar dan pengaruh dari dalam kemasan
  - b) Harus dapat menjaga mutu tetap sama selama masa kemasan dan menjaga agar aroma produk tidak hilang
  - c) Menjadi media info produk yang dikemas sehingga label harus tercetak dengan jelas dan komplit
  - d) Mudah dibuka dan ditutup kembali
  - e) Desain *attractive (eyecatching)*
  - f) Dapat mempromosikan diri sendiri jika dipajang di etalase toko
  - g) Bahan kemasan harus ramah lingkungan dan dapat didaur ulang.



Gambar 5. Kemasan *Packaging* Teh Celup *Moristevia*

Selain tahapan pelaksanaan solusi, juga dilakukan pelaksanaan pelatihan *digital marketing*. Dalam waktu satu bulan, mitra dapat menyerap pengetahuan Digital Marketing yang dilatih oleh tenaga yang ahli dibidangnya, Hal ini tidak terlepas dari persiapan alat dan software pendukung program Digital Marketing. Dalam tahapan ini, mahasiswa juga dilibatkan sebanyak 2 orang sebagai pendamping pelatihan mitra. Keterlibatan mahasiswa Arsitektur berguna sebagai pemberi input dalam *desain packaging* teh *Moristevia*.

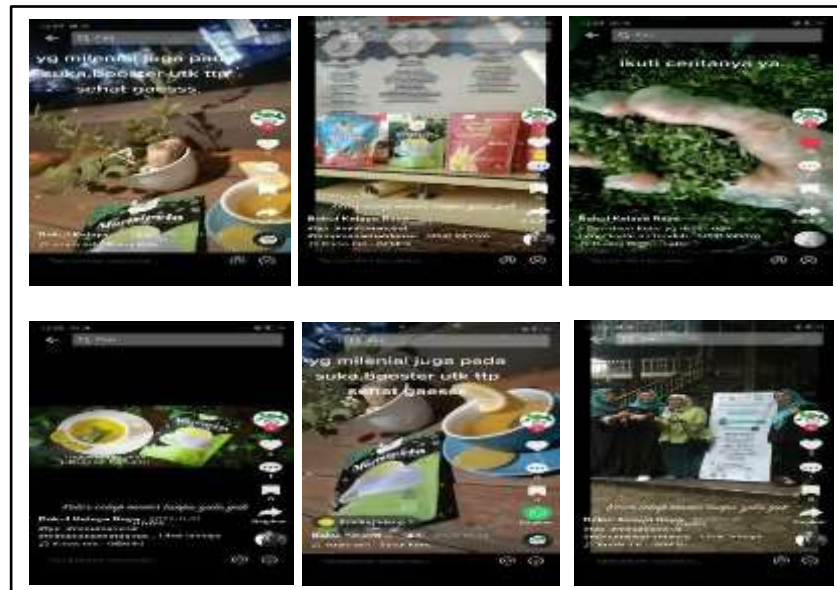
### 3. Tahap Evaluasi

Pada tahapan evaluasi dilakukan selama program berjalan, setelah kegiatan selesai. Adapun kegiatan pada tahap evaluasi dapat dirinci sebagai berikut:

- a. Memantau postingan iklan produk di *channel digital* yang didaftarkan dan memantau perkembangan kreatifitas iklannya, jika ada sesuatu hal yang kurang pada sajian iklan, maka tetap dihimbau dan diedukasi secara berkelanjutan.
- b. Melihat grafik kemajuan pengunjung pada *chanel e-commers*, apakah mengalami kemajuan

- atau kemunduran, indikator yang bisa diukur adalah banyaknya jumlah pengunjung, follower, like, komen atau tanggapan pada setiap postingan iklan,
- c. Mengevaluasi angka penjualan produk, apakah meningkat atau menurun sebelum dan sesudah diterapkan konsep digital marketing dan perubahan kemasan (*packaging*).

Berbagai macam iklan pemasaran Moristeviadi Tiktok ads dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Berbagai macam iklan pemasaran Moristeviadi Tiktok ads

#### 4. KESIMPULAN

Hasil akhir dari kegiatan pendampingan dan Pelatihan *Digital Marketing*, Mitra berhasil mendaftarkan Akun Merk “Bakul Kelor Raya”. Keberhasilan pembuatan akun ini ada di TikTok Ads, Instsagram, Market Place, dan WhatsApp Group.

#### DAFTAR PUSTAKA

- BPOM. (2022). Syarat Kemasan Makanan yang Baik Menurut BPOM. Jakarta: Flexy Pack
- BPPOM. (2019). Pedoman-Implementasi-Peraturan-Badan-POM-No-20 Tahun 2019 tentang Kemasan Pangan.
- Lailia Ayu Ramadhani (2022), Pelatihan Digital Marketing Sebagai Pengembangan Wisata Belanja Kampung Kelor di Kelurahan Banjar Sugihan, JURNAL JPPMI Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Indonesia (JPPMI), Vol. 1, No. 5 Oktober 2022, Hal. 93-98, Universitas Gajah Putih, Surabaya
- Instalasi Promosi Kesehatan - RSUP dr. Wahidin Sudirohusodo Makassar
- Nurrochmat (2019), Tanaman Kelor (*Moringa oleifera*), diunduh dari [https://opac.stikesmucis.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=3499314](https://opac.stikesmucis.ac.id/index.php?p=show_detail&id=3499314) tanggal 12 oktober 2023
- Rengganawati, H., & Taufik, Y. (2020). Analisis Pelaksanaan Digital Marketing pada UMKM Tahu Rohmat di Kuningan. Komversal: Jurnal Komunikasi Universal,
- Rochmat Aldy Purnomo (2016), Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia, Perpustakaan Nasional: Jakarta