



**PERAN MAHASISWA KKN UNTUK PENINGKATAN KAPASITAS WIRAUSAHA
MASYARAKAT DESA MELALUI PELATIHAN PEMBUATAN PENGEMASAN
PEMASARAN DALAM MEMPRODUKSI TEH SEREH**

***THE ROLE OF KKN STUDENTS IN INCREASING THE ENTREPRENEURIAL
CAPACITY OF VILLAGE COMMUNITIES THROUGH TRAINING IN MAKING
MARKETING PACKAGING IN PRODUCING LEMERAH TEA***

Yuli Arfanti¹, Ramadhan Lugu², Reika Dasha Mihwa³, Nurul Habibah⁴, Apria Cahyani⁵,
Selly mailani⁶

^{1,2,3,4,5} Universitas Muslim Nusantara Al Washliyah, Medan, Indonesia
email: ramdhanlugu07@gmail.com

Abstrak: Metode yang digunakan adalah Pengabdian kualitatif dengan pengumpulan data melalui wawancara dan observasi. Hasil Pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan masyarakat dalam mengemas dan memasarkan produk teh sereh, sehingga meningkatkan daya saing produk lokal. Dengan adanya sinergi antara mahasiswa KKN dan masyarakat desa Kwala Lau Bicik, diharapkan program ini dapat berkelanjutan dan semakin memperkuat kapasitas wirausaha masyarakat desa Kwala Lau Bicik dalam jangka panjang.

Kata Kunci: *Wirausaha, Produksi, Teh Sereh*

Abstract: *The method used is qualitative service by collecting data through interviews and observation. The results of the service show that this training was successful in improving community skills in packaging and marketing lemongrass tea products, thereby increasing the competitiveness of local products. With the synergy between KKN students and the Kwala Lau Bicik village community, it is hoped that this program can be sustainable and further strengthen the entrepreneurial capacity of the Kwala Lau Bicik village community in the long term.*

Keywords: *Entrepreneurship, Production, Lemongrass Tea*

Article History:

Received	Revised	Published
20 September 2024	10 November 2024	15 November 2024

PENDAHULUAN

Pembangunan ekonomi di desa merupakan salah satu fokus utama dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat desa sering kali menghadapi berbagai tantangan dalam mengembangkan usaha mereka, mulai dari keterbatasan pengetahuan tentang pemasaran hingga kurangnya keterampilan dalam pengemasan produk. Dalam konteks ini, peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) menjadi sangat penting. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai penghubung antara teori yang dipelajari di bangku kuliah dan praktik di lapangan, tetapi juga sebagai agen perubahan yang dapat membantu masyarakat desa dalam mengatasi berbagai kendala yang ada.

Teh sereh, sebagai salah satu produk lokal yang memiliki potensi besar, menawarkan peluang bagi masyarakat Desa Kwala Lau Bicik untuk meningkatkan pendapatan mereka. Namun, untuk dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif,

produk teh serih memerlukan pengemasan yang menarik dan strategi pemasaran yang efektif. Pengemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik visual yang dapat menarik perhatian konsumen. Di sisi lain, pemasaran yang tepat sasaran akan membantu produk tersebut menjangkau pasar yang lebih luas.

Melalui pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa KKN, diharapkan masyarakat Desa Kwala Lau Bicik dapat meningkatkan keterampilan mereka dalam pembuatan pengemasan yang menarik dan teknik pemasaran yang efektif. Pelatihan ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan pengetahuan baru, tetapi juga untuk membangun kepercayaan diri masyarakat dalam memasarkan produk mereka. Pengabdian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana peran mahasiswa KKN dapat berkontribusi pada peningkatan kapasitas wirausaha masyarakat Desa Kwala Lau Bicik, serta menganalisis dampak dari pelatihan pembuatan pengemasan dan pemasaran terhadap produksi teh serih.

Dengan demikian, Pengabdian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengembangan program KKN di masa mendatang, serta memberikan rekomendasi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam pemberdayaan masyarakat desa.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah suatu proses di mana individu dan kelompok dalam masyarakat mendapatkan kekuatan untuk mengontrol sumber daya dan membuat keputusan yang memengaruhi kehidupan mereka. Menurut M. A. Rahman (1993), pemberdayaan masyarakat mencakup peningkatan pengetahuan, keterampilan, dan akses terhadap sumber daya yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas hidup. Dalam konteks ini, mahasiswa KKN berperan sebagai fasilitator yang membantu masyarakat desa dalam mengembangkan keterampilan yang diperlukan untuk meningkatkan usaha mereka.

2. Pentingnya Pengemasan Produk

Pengemasan merupakan salah satu aspek penting dalam pemasaran produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), pengemasan yang baik tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik visual dan memberikan informasi yang jelas kepada konsumen. Dalam industri makanan, pengemasan yang menarik dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelatihan dalam pembuatan pengemasan yang menarik sangat penting untuk meningkatkan nilai jual produk teh serih.

3. Strategi Pemasaran untuk Produk Lokal

Pemasaran yang efektif merupakan kunci untuk menjangkau konsumen dan meningkatkan penjualan produk. Menurut Philip Kotler (2009), strategi pemasaran yang

baik mencakup pemahaman tentang pasar sasaran, penetapan harga yang kompetitif, serta penggunaan saluran distribusi yang tepat. Dalam hal ini, mahasiswa KKN dapat membantu masyarakat desa dalam merancang strategi pemasaran yang sesuai dengan karakteristik produk teh sereh dan kebutuhan pasar.

4. Peran Mahasiswa KKN dalam Pemberdayaan Masyarakat

Mahasiswa KKN memiliki peran yang signifikan dalam pemberdayaan masyarakat, terutama dalam memberikan pelatihan dan pendidikan. Menurut D.S. Purnamasari (2017), mahasiswa KKN tidak hanya membawa pengetahuan akademis, tetapi juga dapat membantu masyarakat dalam menerapkan pengetahuan tersebut dalam praktik sehari-hari. Melalui pelatihan yang diberikan, mahasiswa KKN dapat meningkatkan keterampilan masyarakat dan mendorong mereka untuk berinovasi dalam usaha mereka.

5. Studi Terkait

Beberapa Pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan oleh mahasiswa KKN dapat meningkatkan kapasitas wirausaha masyarakat desa. Misalnya, M.N. Hidayah (2018), menemukan bahwa pelatihan dalam bidang keterampilan teknis dan manajerial dapat meningkatkan produktivitas dan pendapatan masyarakat. Pengabdian ini akan menambah wawasan tentang bagaimana pelatihan pembuatan pengemasan dan pemasaran dapat berkontribusi pada pengembangan usaha teh sereh di desa.

METODOLOGI

Dalam pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan pembuatan pengemasan dan pemasaran teh sereh oleh mahasiswa KKN. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali informasi mendalam mengenai pengalaman, pandangan, dan persepsi masyarakat terhadap program pelatihan yang diberikan.

Lokasi Pengabdian

Pengabdian ini dilakukan di Desa Kwala Lau Bidik, Kecamatan Kutalimbaru, Kabupaten Deli Serdang, Sumatra Utara, yang merupakan lokasi pelaksanaan KKN mahasiswa. Pemilihan lokasi ini didasarkan karena sebagian besar masyarakat desa menanam tanaman sereh dan banyak juga masyarakat mengelola sereh menjadi minuman tradisional untuk mereka konsumsi sendiri, maka dari itu peneliti memilih teh sereh untuk meningkatkan keterampilan wirausaha sekaligus kebutuhan masyarakat desa Kwala Lau Bidik.

2 Subjek Pengabdian

Subjek Pengabdian terdiri dari:

- Mahasiswa KKN yang terlibat dalam program pelatihan.
- Anggota masyarakat desa yang mengikuti pelatihan pembuatan pengemasan dan pemasaran teh sereh.

- Tokoh masyarakat yang memiliki pengetahuan tentang kondisi ekonomi dan usaha di desa.

4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, antara lain:

- **Wawancara Mendalam:**

Wawancara dilakukan dengan mahasiswa KKN, peserta pelatihan, dan tokoh masyarakat untuk menggali pengalaman dan pandangan mereka mengenai pelatihan yang diberikan.

- **Observasi Partisipatif:**



Peneliti turut serta dalam kegiatan pelatihan untuk mengamati interaksi antara mahasiswa KKN dan masyarakat serta proses pembelajaran yang berlangsung.

- **Dokumentasi:** Mengumpulkan dokumen terkait program KKN, materi pelatihan, dan hasil produk teh serih yang dihasilkan oleh masyarakat.

Dibawa ini beberapa dokumentasi dari hasil wawancara serta observasi ;



II. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan pembuatan pengemasan pemasaran teserai, kami lakukan di balai desa Kwala lau bicik, kami mengundang sebanyak 20 orang warga, namun yang datang hanya 15 orang warga saja, pada kegiatan tersebut.

Kami memulai kegiatan dengan pembukaan presentasi, tentang cara 3P (pembuatan, pengemasan, pemasaran.) kami menjelaskan tentang bagaimana caranya yaitu :

1. Pembuatan Produk Teh Sereh

Adapun cara tahap - tahap pembuatan produk teh serai dari bahan – bahan dan alat yang digunakan yaitu :

- **Bahan – Bahan:**

1. Sereh

2. Kantong teh celup
3. Kotak pengemasan

➤ **Alat yang Diperlukan:**

1. Pisau
2. Talenan
3. Lemari pengering
4. Blender
5. Neraca analitik
6. Kertas perkamen

➤ **Cara Pembuatan:**

1. Sereh segar disortasi basah, dicuci dan ditiriskan
2. Dirajang dan dikeringkan dalam lemari pengering
3. Setelah kering, dilakukan sortasi kering dan diblender
4. Dimasukkan kedalam kantong teh celup masing – masing sebanyak 2 gram
5. Direkatkan tali dengan kantong teh
6. Dimasukkan kedalam kotak pengemas dan dikemas dengan rapi

2. Pengemasan Produk Teh Serai

Adapun langkah – langkah dalam pengemasan produk teh sereh yang dilakukan antara lain:



➤ **Persiapan**

Sereh:

- Setelah proses pembuatan selesai, pastikan sereh yang telah dikeringkan bersih dari kotoran dan debu.

➤ **Pengisian Kantong Teh:**

- Gunakan neraca analitik untuk menimbang 2 gram sereh kering untuk setiap kantong teh celup.
- Masukkan sereh ke dalam kantong teh celup dengan hati-hati agar tidak sobek.

- **Perekat Kantong Teh:**
 - Setelah mengisi kantong teh, rekatkan bagian atas kantong dengan tali atau perekat sesuai dengan desain kantong.
- **Pelindung Eksternal:**
 - Siapkan kertas perkamen dan potong sesuai ukuran untuk membungkus setiap kantong teh celup. Ini berfungsi sebagai pelindung tambahan.
 - Bungkus kantong teh celup dengan kertas perkamen, pastikan terbungkus rapi untuk menjaga kesegaran.
- **Pengemasan ke Dalam Kotak:**
 - Setelah setiap kantong teh terbungkus, masukkan dengan rapi ke dalam kotak pengemasan.
 - Pastikan tidak ada tekanan berlebih pada kantong teh agar tidak merusak bentuknya.
- **Penutupan dan Labeling:**
 - Tutup kotak pengemasan dengan rapat.
 - Beri label pada kotak dengan informasi produk seperti nama, berat, tanggal kemasan, dan cara penyajian.
- **Penyimpanan:**
 - Simpan kotak-kotak yang sudah terkemas di tempat yang kering dan sejuk untuk menjaga kualitas produk.

3. Memasarkan Produk Teh Sereh

Adapun sistem cara untuk memasarkan produk teh sereh tersebut, seperti:

- **Target pasar**

Target pasar yang dituju yaitu dari semua kalangan usia terutama orang dewasa, remaja dan anak-anak, kecuali anak usia < 7 tahun.



- **Online Marketing**

Memanfaatkan media sosial seperti, facebook, instagram, tiktok, dan youtube untuk memperkenalkan produk. Membuat konten semenarik mungkin, seperti resep atau manfaat teh serai tersebut.

1. **Facebook** Layanan jejaring social dimana para penggunanya dapat saling berintraksi dengan para pengguna lainnya yang berasal dari seluruh pejurua dunia.
2. **Instagram** Sebuah aplikasi berbagai foto atau vidio yang memungkinkan penggena untuk mengambil foto,vidio,berkomentar bahkan aktivitas jejaring lainnya seperti beriklan.

3. **Tiktok** Teknik digital Marketing yaitu iklan, story telling, komedi, diskon, testimoni, tagar dan promo, serta teknik baru seperti audio musik, feedback, dan cashback
 4. **Youtube** Platform yang digunakan untuk memasarkan produk dalam bentuk video untuk mempengaruhi viewers
- **E-commerce:** Jual produk di platform e-commerce seperti Tokopedia atau Shopee untuk menjangkau lebih banyak pelanggan

Pada saat itu, peserta yang menghadiri pelatihan tersebut merespon dengan baik, dengan beberapa pertanyaan terkait pembuatan pengemasan dan pemasaran produk teh serai.

4. ANALISIS SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pemasaran. Metode perencanaan strategi yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, threats*). SWOT adalah singkatan dari lingkungan Internal *Strengths* dan *Weaknesses* serta lingkungan eksternal *Opportunities* dan *Threats* yang dihadapi dunia bisnis (Rangkuti 2008, 19). Analisis SWOT (*SWOT analysis*) yakni mencakup upaya-upaya untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang menentukan kinerja perusahaan. Informasi eksternal mengenai peluang dan ancaman dapat diperoleh dari banyak sumber, termasuk pelanggan, dokumen pemerintah, pemasok, kalangan perbankan, rekan perusahaan lain. Banyak perusahaan menggunakan jasa lembaga pemindaian untuk memperoleh keliping surat kabar, riset di internet, dan analisis tren-tren domestik dan global yang relevan (Nisak 2013, 2). Menurut David (2008, 8) semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis (Rangkuti 2008, 8).

A. Lingkungan Internal

1). Kekuatan (*Strength*)

Kekuatan (*Strength*) merupakan sebuah kondisi yang menjadi sebuah kekuatan dalam organisasi. faktor-faktor kekuatan merupakan suatu kompetensi khusus atau sebuah kompetensi keunggulan terdapat dalam tubuh organisasi yaitu sendiri.

2). Kelemahan (*Weaknesses*)

kelemahan (*Weaknesses*) merupakan faktor internal yang menjadi kelemahan atau kekurangan yang terdapat pada suatu organisasi, pada dasarnya sebuah kelemahan merupakan suatu hal yang wajar yang ada dalam organisasi namun yang terpenting adalah bagaimana organisasi tersebut membangun sebuah kebijakan sehingga dapat

meminimalisasi kelemahan-kelemahan tersebut atau bahkan dapat menghilangkan kelemahan yang ada.

B. Lingkungan Eksternal

1). Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*Opportunities*) merupakan suatu kondisi lingkungan di luar organisasi yang sifatnya menguntungkan bahkan dapat menjadi senjata untuk memajukan sebuah organisasi atau perusahaan

2). Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*Threats*) merupakan kebalikan dari peluang atau opportunities yang di mana kondisi eksternal yang dapat mengganggu kelancaran berjalannya sebuah organisasi atau perusahaan apabila tidak segera ditanggulangi maka akan berdampak berkepanjangan sehingga menjadi suatu penghambat untuk tercapainya kelancaran sebuah organisasi atau perusahaan.

Faktor Internal		Faktor Eksternal	
Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Ancaman (<i>Threats</i>)
1. sumber daya alam yang tersedia 2. tenaga kerja lokal 3. produk unik dan alami 4. peningkatan pemasaran digital 5. peningkatan nilai tambah terhadap nilai jual produk	1. keterbatasan pengetahuan pemasaran masyarakat desa tentang pemasaran modern terutama dalam hal pemasaran online. 2. terbatasnya modal atau akses pembiayaan yang bisa menghambat pengembangan dalam usaha skala yang lebih besar. 3. kualitas produk tidak konsisten tanpa pelatihan dan pengawasan yang berkelanjutan	1. trend gaya hidup sehat 2. menjadi potensi pasar online dengan memanfaatkan kemajuan teknologi pemasaran online yang dapat menjaga pasar lebih luas. 3. sebagai salah satu daya tarik wisata yang bisa memanfaatkan produk teh sereh sebagai suatu cenderamata yang unik bagi para pengunjung	1. adanya produk teh herbal lain yang bersaing di pasar sehingga perlu strategi pemasaran dan inovasi yang lebih untuk memenangkan persaingan. 2. pemasaran digital bisa menjadi tantangan jika masyarakat belum terbiasa dengan teknologi atau ada kendala infrastruktur teknologi di desa tersebut. 3. fluktuasi harga bahan baku yang dapat mempengaruhi

			biaya produksi dan profitabilitas.
--	--	--	------------------------------------

Kesimpulan

Berdasarkan hasil Pengabdian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa peran mahasiswa Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam peningkatan kapasitas wirausaha masyarakat desa Kwala Lau Bicik melalui pelatihan pembuatan, pengemasan, dan pemasaran teh sereh memberikan dampak yang signifikan terhadap pengembangan usaha di desa Kwala Lau Bicik. Pelatihan yang diberikan tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis masyarakat mengenai produksi dan pengemasan teh sereh, tetapi juga memperkuat kemampuan mereka dalam memasarkan produk secara lebih efektif. Partisipasi aktif mahasiswa KKN dalam memfasilitasi proses pelatihan, memberikan bimbingan praktis, dan membantu merancang strategi pemasaran berbasis digital dan offline, telah berkontribusi pada peningkatan daya saing produk lokal di pasar. Selain itu, program ini juga membangun kesadaran wirausaha di kalangan masyarakat desa Kwala Lau Bicik, mendorong mereka untuk lebih inovatif dalam mengembangkan produk berbasis potensi lokal. Dengan adanya sinergi antara mahasiswa KKN dan masyarakat desa Kwala Lau Bicik, diharapkan program ini dapat berkelanjutan dan semakin memperkuat kapasitas wirausaha masyarakat desa Kwala Lau Bicik dalam jangka panjang. Mahasiswa berperan sebagai agen perubahan yang membantu masyarakat untuk lebih mandiri dan mampu memanfaatkan sumber daya alam yang ada untuk kesejahteraan ekonomi mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Machrus, Wardatul Mufidah, and Asnun Parwanti. "METODE ASSET BASED COMMUNITY DEVELOPMENT: Teori dan Aplikasinya." *Insight Mediatama* (2022).
- Asro, Novi Isniatul, Siti Nur Qomariyah, and Muhyiddin Zainul Arifin. "Analisis Strategi Pemasaran Guna Meningkatkan Penjualan." *Sigmagri* 1.1 (2021): 35-45.
- David, Laurent, et al. "Bone morphogenetic protein-9 is a circulating vascular quiescence factor." *Circulation research* 102.8 (2008): 914-922.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran Penting Promosi dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1).
- Nandiyanto, A. B. D., et al. "Extraction of curcumin pigment from Indonesian local turmeric with its infrared spectra and thermal decomposition properties." *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*. Vol. 180. No. 1. IOP Publishing, 2017.
- Naschicuddin, Achmad, Heni Widayani, and Ria Dhea Nur Karisma. "Pelatihan Pembuatan dan Pengemasan Teh Serai Murni sebagai Langkah Diversifikasi Produk Pertanian Dusun Precet." *JRCE (Journal of Research on Community Engagement)* 3.1 (2021): 18-23.

NISAK, Zuhrotun. Analisis SWOT untuk menentukan strategi kompetitif. *Jurnal Ekbis*, 2013, 9.2: 468-476.

Rahman, Md Anisur. "People's Self-development." *Perspectives on participatory action research* 315 (1993): 335.

Widyasari, Suzy, and Erna Triastuti Fifilia. "Analisis pengaruh produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah (Studi pada Perumahan Graha Estetika Semarang)." *Jurnal Ilmiah Telaah Manajemen* 6.2 (2009).