

"Beras Merdeka": Branding lokal yang memperkuat identitas produk beras merah Desa Salobukkang

Henny Setyawati, M. Ilham Akbar Sabri, Rusdi, Marshanda Yuwinancy, Adnan, Minahari, Chaeril Syafri*, Dwi Pramesti. Y, Henra Malik, Su'da Al Muntazah

Universitas Muhammadiyah Parepare

*e-mail korespondensi: chaeril.sf@gmail.com

ABSTRAK

Pelaksanaan pengabdian ini bertujuan meningkatkan nilai beras merah lokal di Desa Salobukkang, Sulawesi Selatan, melalui strategi pengemasan dan pemasaran yang inovatif. Tantangan utama yang dihadapi petani lokal meliputi metode pengemasan dan kurangnya diferensiasi produk. Untuk mengatasi masalah ini, dikembangkan kombinasi beras merah dan beras putih, menghasilkan produk unik dengan rasa seimbang dan nilai gizi tinggi. Merek baru, "Beras Merdeka", diciptakan untuk mewakili asal lokal dan kualitas tinggi produk. Pengemasan menggunakan kantong plastik klip ziplock vakum, memberikan perlindungan optimal produk dan memperpanjang masa simpan. Desain kemasan menampilkan identitas desa dan menonjolkan manfaat kesehatan beras merah. Untuk mempromosikan produk, strategi pemasaran komprehensif diimplementasikan, memanfaatkan dukungan pemerintah desa. Hasil menunjukkan bahwa pelaksanaan pengabdian pengemasan dan branding berhasil meningkatkan nilai dan daya tarik produk. Pelaksanaan pengabdian ini menunjukkan efektivitas kombinasi praktik pertanian tradisional dengan teknik pengemasan dan promosi untuk meningkatkan nilai produk lokal. Dengan mengatasi tantangan spesifik yang dihadapi petani di Desa Salobukkang, kegiatan pengabdian ini telah berkontribusi pada pengembangan usaha pertanian yang berkelanjutan dan menguntungkan.

Kata kunci: beras merah; beras lokal; nilai tambah produk; inovasi produk; pengembangan produk.

ABSTRACT

This service aimed to enhance the value of local brown rice in Salobukkang Village through innovative packaging and marketing. Local farmers faced challenges in packaging and product differentiation. A unique product combining brown and white rice was developed, offering balanced taste and nutritional benefits. The "Beras Merdeka" brand was created to represent local quality. Vacuum-sealed packaging protected the product and extended its shelf life. A comprehensive marketing strategy, including village government support, was implemented. This resulted in increased product value and appeal. By combining traditional farming with modern packaging and marketing, this service contributed to sustainable agricultural businesses.

Keywords: brown rice; local rice; product added value; product innovation; product development.

PENDAHULUAN

Indonesia, sebagai negara agraris dengan kekayaan sumber daya alam yang melimpah, memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor pertanian. Salah satu komoditas pertanian yang memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat adalah beras. Beras tidak hanya menjadi sumber karbohidrat utama, tetapi juga memiliki nilai budaya dan sosial yang tinggi. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, petani seringkali menghadapi tantangan dalam memasarkan hasil panen mereka, terutama komoditas seperti beras merah yang dianggap sebagai produk alternatif (Rachmawati & Gunawan, 2020; Wati dkk, 2021).

Desa Salobukkang, sebagai salah satu daerah penghasil beras di Sulawesi Selatan, memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk beras merahnya. Beras merah lokal Desa Salobukkang memiliki kualitas yang baik, kaya akan nutrisi, dan memiliki cita rasa yang

khas. Namun, potensi tersebut belum termaksimalkan dengan baik. Salah satu faktor yang menghambat pengembangan produk beras merah lokal adalah kurangnya inovasi dalam hal pengemasan dan pemasaran (Subejo dkk, 2019; Sari dkk, 2022).

Pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menarik minat konsumen (Anasrulloh & Basiron, 2017; Juliasari & Liyundira, 2022). Desain kemasan yang menarik, informasi produk yang jelas (Heryanto dkk, 2018), dan penggunaan bahan kemasan yang aman dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen (Hayati, 2021). Dalam konteks pemasaran produk pertanian, pengemasan memiliki peran yang sangat strategis (Novia dkk, 2021; Karim, 2022).

Beberapa permasalahan yang sering dihadapi oleh produk pertanian, termasuk beras merah, terkait dengan pengemasan kurangnya daya tarik visual, informasi produk yang terbatas, standar kualitas yang rendah, dan persaingan harga yang ketat (Nugraha & Ariyanti, 2017; Azizah dkk, 2019). Banyak produk pertanian, termasuk beras merah, memiliki kemasan yang sederhana dan kurang menarik, sehingga sulit bersaing dengan produk olahan yang dikemas dengan lebih menarik. Konsumen seringkali kesulitan mendapatkan informasi yang lengkap mengenai produk pertanian, seperti asal usul, kandungan nutrisi, dan cara pengolahan yang tepat. Kurangnya standarisasi kualitas produk pertanian membuat konsumen ragu untuk memilih produk tertentu. Petani seringkali sulit bersaing dengan produk impor yang memiliki harga yang lebih murah. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan inovasi dalam hal pengemasan dan pemasaran produk pertanian.

Meskipun beras merah memiliki banyak manfaat kesehatan, tidak semua orang menyukai tekstur dan rasa beras merah murni (Abdullah, 2017; Sumartini, 2018). Dengan menggabungkan beras merah dan beras putih dalam satu kemasan, produk ini dapat memenuhi preferensi konsumen yang lebih luas. Konsumen dapat menikmati rasa gurih dari beras putih sambil tetap mendapatkan manfaat nutrisi dari beras merah.

Memahami karakteristik beras lokal merupakan langkah penting dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif. Beras putih varietas Ciherang dan beras merah varietas Pamera dan Inpari 24 yang diproduksi di Desa Salobuk kang memiliki keunggulan tersendiri. Namun, keunggulan ini belum banyak diketahui oleh konsumen. Oleh karena itu, melalui kegiatan pengabdian masyarakat, tim peneliti berupaya untuk meningkatkan nilai tambah produk beras lokal dengan cara mengembangkan kemasan yang inovatif. Inovasi penggabungan beras putih dan beras merah dalam satu kemasan merupakan upaya untuk menjawab tantangan dalam pemasaran produk beras lokal. Kombinasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi produk, tetapi juga menciptakan diferensiasi produk dengan produk beras lainnya yang ada di pasaran.

METODE PELAKSANAAN

Untuk mengatasi permasalahan kurangnya inovasi dalam pengemasan dan pemasaran produk beras merah lokal Desa Salobuk kang, serta meningkatkan nilai tambah produk, maka dilakukan serangkaian kegiatan yang melibatkan berbagai pihak. Beberapa tahapan dalam kegiatan pengabdian ini, yaitu pelibatan mitra, pengembangan produk, pelatihan dan pemberdayaan, serta evaluasi dan pengembangan kegiatan (Gambar 1). Sebagai produsen utama, petani akan dilibatkan dalam setiap tahap kegiatan, mulai dari perencanaan hingga promosi produk. Pemerintah Desa ikut dilibatkan dan berperan dalam memfasilitasi kegiatan, memberikan izin, dan mendukung promosi produk lokal. Tim pelaksana dari perguruan tinggi memberikan kontribusi dalam hal pengembangan produk, dan desain kemasan.



Gambar 1. Alur pelaksanaan kegiatan pengembangan produk beras merah lokal Desa Salobuk kang.

Inovasi produk yang dilakukan adalah menggabungkan beras putih varietas Ciherang dengan beras merah varietas Pamera dan Inpari 24 dalam proporsi yang tepat untuk menghasilkan rasa dan tekstur yang disukai konsumen. Pelaksana kegiatan bersama mitra membuat desain kemasan yang menarik, informatif, dan mudah diingat, serta mencerminkan identitas lokal Desa Salobuk kang.

Pelaksana kegiatan melakukan pelatihan mengenai teknik pengemasan yang benar, mulai dari pemilihan bahan kemasan hingga penyegelan, serta mengenai strategi pemasaran, branding, dan promosi produk. Dalam pelaksanaan evaluasi, Pemerintah Desa Salobuk kang bersama dengan tim melakukan perbaikan dan pengembangan produk berdasarkan hasil evaluasi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Inovasi Produk Beras Campur

Sebagai bagian dari upaya untuk meningkatkan nilai tambah produk beras merah lokal, tim pengabdian masyarakat menciptakan merek "Beras Merdeka". Nama "Beras Merdeka" dipilih karena memiliki makna yang kuat dan relevan dengan konteks nasional. "Beras" merujuk pada produk utama, sedangkan "Merdeka" melambangkan kemandirian, kualitas, dan keunggulan produk lokal. Branding "Beras Merdeka" dengan desain gambar petani dan padi diharapkan dapat memperkuat identitas produk beras merah lokal Desa Salobuk kang (Gambar 2).

Kegiatan inovasi produk beras yang menggabungkan beras merah varietas Pamera dan Inpari 24 dengan beras putih varietas Ciherang telah berhasil menghasilkan produk baru yang menarik minat konsumen. Produk beras campuran yang dihasilkan memiliki komposisi beras merah varietas Pamera dan Inpari 24 (50%) dengan beras putih varietas Ciherang (50%). Kombinasi ini menghasilkan beras dengan warna yang menarik, yaitu merah muda kecoklatan (Gambar 2). Tekstur beras setelah dimasak menjadi lebih lembut dibandingkan beras merah murni, namun tetap terasa kenyal dan memiliki aroma yang khas. Rasa beras juga lebih gurih karena adanya campuran beras putih.

Inovasi penggabungan beras putih dan beras merah dalam satu kemasan merupakan upaya untuk menjawab tantangan dalam pemasaran produk beras lokal. Kombinasi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi produk, tetapi juga menciptakan diferensiasi produk dengan produk beras lainnya yang ada di pasaran. Kegiatan inovasi produk beras campuran

telah berhasil menghasilkan produk baru yang memiliki potensi pasar yang besar. Kombinasi beras merah dan beras putih yang tepat menghasilkan produk dengan rasa yang enak, tekstur yang lembut, dan nilai nutrisi yang tinggi. Meskipun masih ada beberapa hambatan yang perlu diatasi, namun dengan strategi pemasaran yang tepat, produk ini dapat menjadi produk unggulan dari Desa Salobukkang.



Gambar 2. Desain gambar dan karakter inovasi beras yang diproduksi dari penggabungan beras merah dan putih lokasi masyarakat Desa Salobukkang.

Teknologi Pengemasan

Penggunaan plastik klip ziplock vakum untuk kemasan beras campuran merupakan sebuah inovasi yang membawa sejumlah manfaat signifikan. Plastik klip ziplock (Gambar 3), dengan fitur penutup rapatnya, memberikan perlindungan yang optimal terhadap produk dari kelembapan, serangga, dan kontaminan lainnya. Proses vakum, yang menghilangkan udara di dalam kemasan, memperpanjang masa simpan beras dan menjaga kesegarannya. Berat kemasan 1 kg dipilih sebagai ukuran yang praktis dan sesuai dengan kebutuhan konsumen rumah tangga.

Proses pengemasan beras campuran menggunakan plastik klip ziplock vakum melibatkan beberapa tahap. Beras yang telah dicampur dengan proporsi yang tepat terlebih dahulu disortir untuk memastikan tidak ada kotoran atau benda asing. Setelah itu, beras dimasukkan ke dalam plastik klip ziplock. Plastik klip ziplock kemudian disegel rapat menggunakan mesin penyegel. Tahap terakhir adalah proses vakum, di mana udara di dalam kemasan dihisap keluar menggunakan mesin vakum hingga kemasan menjadi rapat. Proses ini menciptakan lingkungan yang kedap udara sehingga menjaga kualitas beras tetap terjaga dalam jangka waktu yang lebih lama.

Dalam memilih kemasan plastik klip ziplock untuk beras campuran, beberapa faktor perlu diperhatikan (Cita dkk, 2020). Ketebalan plastik yang memadai sangat penting untuk menjaga integritas kemasan saat divakum (Rahmaniah dkk, 2018). Selain itu, pemilihan bahan plastik *food grade* dan bebas BPA (*bisphenol A free*) adalah keharusan untuk memastikan keamanan pangan. Ukuran kemasan yang sesuai dengan berat beras akan meningkatkan efisiensi dan mengurangi pemborosan. Terakhir, desain kemasan yang menarik dan informatif akan memikat konsumen dan meningkatkan daya tarik produk (Santosa & Ramayasa, 2019).

Selain itu, kemasan klip ziplock vakum juga menawarkan sejumlah keuntungan bagi konsumen. Kemasan yang kedap udara membuat beras tetap kering dan tidak menggumpal, sehingga lebih mudah diukur dan dimasak. Fitur ziplock yang praktis memungkinkan

konsumen untuk menutup kembali kemasan setelah digunakan, menjaga kesegaran beras yang tersisa. Dengan demikian, kemasan klip ziplock vakum tidak hanya memberikan perlindungan optimal bagi produk, tetapi juga meningkatkan kenyamanan pengguna.

Strategi Promosi Berbasis Manfaat dan Keterlibatan Desa

Salah satu cara efektif untuk mempromosikan beras campuran Salobukkang adalah dengan menyoroti manfaat kesehatan dari beras merah. Informasi mengenai manfaat beras merah dan beras putih dapat menarik minat konsumen yang semakin peduli terhadap gaya hidup sehat. Informasi ini dapat disajikan pada bagian kemasan produk (Gambar 3). Selain itu, keterlibatan pemerintah desa Salobukkang dalam promosi produk juga sangat penting. Pemerintah desa berperan sebagai mitra strategis dalam menyebarkan informasi mengenai produk ini kepada masyarakat.

Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan membuat banner promosi yang menarik dan informatif (Arrizqi dkk, 2022). Banner ini dapat dipasang di tempat-tempat strategis seperti balai desa, pasar tradisional, atau jalan utama yang ramai dilalui masyarakat (Gambar 4). Desain banner promosi menampilkan gambar produk yang menarik, banner juga memuat informasi penting seperti nama produk, logo desa, serta slogan yang mudah diingat. Sebagai contoh, slogan seperti "Beras Merah Salobukkang: Sehat Alami, Produk Unggulan Desa Kita" memberikan kesan positif dan membanggakan bagi masyarakat setempat.



Gambar 3. Penggunaan plastik klip ziplock serta dilengkapi dengan informasi manfaat beras sebagai bentuk promosi untuk menarik preferensi konsumen.



Gambar 4. Promosi produk Beras Merdeka Salobukkang dalam bentuk banner dan dipamerkan di Kantor Desa Salobukkang, Kecamatan Dua Pitue, Kabupaten Sidenreng Rappang, Sulawesi Selatan.

KESIMPULAN

Produk Beras Merdeka Salobukkang memiliki potensi besar untuk menjadi produk unggulan bagi Desa Salobukkang. Pengemasan menjadi kunci utama dalam menjaga kualitas dan daya tarik produk. Penggunaan plastik klip ziplock yang memenuhi standar *food grade* dan bebas BPA adalah pilihan yang tepat untuk menjaga keamanan pangan dan kesegaran beras. Desain kemasan yang menarik, dengan menampilkan logo "Beras Merdeka Salobukkang" dan informasi nutrisi yang jelas, akan semakin meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Strategi promosi untuk memperkenalkan Beras Merdeka Salobukkang kepada masyarakat luas melalui kerjasama Pemerintah Desa Salobukkang serta pembuatan banner produk yang dipajang bersama produk. Keterlibatan pemerintah desa Salobukkang dalam mempromosikan produk ini menjadikan Beras Merdeka Salobukkang sebagai produk unggulan desa, diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat dan mengangkat nama desa Salobukkang di tingkat yang lebih luas.

Secara keseluruhan, kesuksesan produk Beras Merdeka Salobukkang berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat Salobukkang dan memperkuat citra desa sebagai penghasil beras berkualitas. Dibutuhkan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang konsisten, Beras Merdeka Salobukkang memiliki potensi untuk menjadi merek beras yang dikenal dan digemari oleh masyarakat luas.

REFERENSI

- Abdullah, B. (2017). Peningkatan kadar antosianin beras merah dan beras hitam melalui biofortifikasi. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pertanian*, 36(2), 91-98.
- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2017). Pelatihan pembuatan kemasan (packaging) untuk meningkatkan pemasaran produk olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 15-19.
- Arrizqi, M. F., Rahmawati, A., & Roziq, A. I. A. (2022). Perancangan Brosur Sebagai Media Promosi Jimshoney Kendal. *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 26-36.
- Azizah, S., Putritamara, J. A., & Febrianto, N. (2019). *Aspek Kehidupan Petani Gurem*. Universitas Brawijaya Press.
- Cita, H. M., Asterina, A., & Aliska, G. (2020). Kandungan Timbal pada Sala Lauak yang Dijual di Pasar Raya Padang Akibat Penggunaan Kertas Ketikan sebagai Pembungkus. *Jurnal Ilmu Kesehatan Indonesia*, 1(1).
- Hayati, L. A. (2021). Peran Packaging Terhadap Tingkat Nilai Jual Produk Olahan Keripik Buah. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(04), 551-561.
- Heryanto, F., Natadjaja, L., & Febriani, R. (2018). Perancangan Desain Kemasan dan Media Promosi Abon Ikan Asin UMK Sayu Sejahtera. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(12), 9.
- Juliasari, D., & Liyundira, F. S. (2022, November). Desain Kemasan Produk sebagai Media Perluasan Pemasaran. In *Progress Conference* (Vol. 5, No. 2, pp. 206-211).
- Karim, R. N. S. (2022). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Optimalisasi Pengembangan dan Inovasi Bisnis Jamu Migunani Herbal. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 185-190.
- Novia, C., Saiful, S., & Utomo, D. (2021). Analisis SWOT peningkatan daya saing pada UKM keripik nangka di Kabupaten Malang. *Teknologi Pangan: Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*, 12(1), 61-69.
- Nugraha, H. S., & Ariyanti, F. (2017). Penerapan Branding Pada UKM Makanan Ringan Di Kabupaten Jepara. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(1), 16-23.
- Rachmawati, R. R., & Gunawan, E. (2020). Peranan petani milenial mendukung ekspor hasil pertanian di Indonesia. In *Forum penelitian agro ekonomi*, 38(1), 67-87.

- Rahmaniah, R., Khalifah, M., & Hafsan, H. (2018). Penerapan Teknologi Tepat Guna Dalam Mengolah Limbah Jagung. *Teknosains: Media Informasi Sains dan Teknologi*, 12(2).
- Santosa, I. M. A., & Ramayasa, I. P. (2019). Desain dan labeling kemasan yang menarik dan informatif dengan memanfaatkan teknologi informasi. *SINDIMAS*, 1(1), 91-95.
- Sari, N. M., Violet, V., Nisa, K., & Manipa, A. (2022). Dversifikasi Kue Kering Kekinian Berbahan Baku Beras Merah Lokal dan Sagu. *Jurnal Pengabdian ILUNG (Inovasi Lahan Basah Unggul)*, 1(3), 47-54.
- Subejo, S., Irham Irham, I. I., Pinjung Nawang Sari, P. N. S., Arif Wahyu Widada, A. W. W., Azizaton Nurhayati, A. N., & Laksmi Yustika Devi, L. Y. D. (2019). Problematika Pengembangan Padi Organik di Sawangan Magelang serta Peluang Sertifikasi Internasional. *Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 9(1), 1-85.
- Sumartini, S. (2018). Kajian peningkatan kualitas beras merah (*Oryza nivara*) instan dengan cara fisik. *Pasundan Food Technology Journal (PFTJ)*, 5(1), 84-90.
- Wati, R. I., Subejo, S., & Maulida, Y. F. (2021). Problematika, pola, dan strategi petani dalam mempersiapkan regenerasi di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 27(2), 187-207.

