

Peningkatan Daya Saing Beras Organik Desa Gentungan Melalui Perbaikan Kemasan dan Kemitraan Pemasaran dengan APOKAT

Increasing Competitiveness of Organic Rice in Gentungan Village Through Packaging Improvements and Marketing Partnerships with APOKAT

Muhammad Ivan Rizki¹, Berlian Noor Kirana¹, Cut Adira Titania Putri¹, Eka Lutvia Ningsih¹, Hesti Kris Darwanti¹, Muhammad Fikri Arifuddin¹, Nabila Agiftananda Mulia Putri¹, Nathania Fredlina Shaffa Haurelia¹, Syafiq Dzaky Al Amin¹, Yuhibbu Nur Hudan¹, dan Emi Widiyanti¹

¹⁾ Program Studi Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia

Abstrak

Pertanian organik di Desa Gentungan dimulai sejak tahun 2009. Kegiatan pertanian organik Desa Gentungan yang diinisiasi oleh Tani Mulyo I mulai menasar ke Tani Mulyo V. Beras organik yang di produksi oleh Tani Mulyo I dan Tani Mulyo V sudah mendapatkan sertifikasi organik dan mendapatkan label halal. Namun, dalam mengembangkan pemasaran produk Tani Mulyo I dan IV terdapat beberapa kendala antara lain rendahnya daya saing produk terutama kemasan yang belum menjual dan jangkauan pemasarannya yang terbatas. Dari sisi pengemasan, permasalahan yang dihadapi adalah keterbatasan peralatan pengemasan. Sistem informasi dan pemasaran berbasis digital sangat dibutuhkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas, tidak hanya pasar regional tetapi diharapkan mampu menjangkau pasar luar daerah atau nasional. Mengatasi permasalahan tersebut tim Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) Himpunan Mahasiswa Pelita UNS melakukan beberapa kegiatan yaitu: (1) perbaikan kemasan, (2) penggunaan mesin *vacuum sealer*, (3) membangun jejaring pemasaran dengan Asosiasi Petani Organik Karanganyar Tentram (APOKAT) dan *Kans.id*, (4) dilakukannya evaluasi dan *monitoring*. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan pada Juni-Oktober 2022. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi tahapan *Focus Group Discussion*, perbaikan kemasan, dan pelatihan pengemasan beras organik. Tujuan kegiatan pengabdian ini untuk mewujudkan kemasan beras organik Desa Gentungan lebih *marketable*, peningkatan harga jual, peningkatan pendapatan dan perluasan jangkauan pemasaran. Kegiatan pengabdian ini diharapkan terus berkelanjutan dengan terbangunnya kemitraan pemasaran.

Kata kunci: harga jual; petani; vakum

Abstract

*Organic farming in Gentungan Village started in 2009. Organic farming activities in Gentungan Village initiated by Tani Mulyo I began targeting Tani Mulyo V. The organic rice produced by Tani Mulyo I and Tani Mulyo V has received organic certification and has received a halal label. However, in developing the marketing of Tani Mulyo I and IV products, there are several obstacles, including the low competitiveness of the products, especially the packaging that has not yet been sold, and the limited marketing reach. Some things are known from the packaging side, the problem faced is the limitations of packaging equipment. Digital-based information and marketing systems are urgently needed to reach a wider market, not only regional markets but are expected to be able to reach markets outside the region or nationally. Overcoming these problems the Program for Strengthening the Capacity of Student Organizations (PPK Ormawa team) Students Association of Pelita UNS carried out several activities, namely: (1) packaging repairs, (2) using a vacuum sealer machine, (3) building a marketing network with the Karanganyar Tentram Organic Farmers Association (APOKAT) and *Kans.id*, (4) evaluating and monitoring. This service*

* **Corresponding author:** muhammadivanrizki@student.uns.ac.id

Citation: Rizki, M. I., Kirana, B. N., Putri, C. A. T., Ningsih, E. L., Darwanti, H. K., Arifuddin, M. F., Putri, N. A. M., Haurelia, N. F. S., Amin, S. D. A., Hudan, Y. N., & Widiyanti, E. (2022). Peningkatan Daya Saing Beras Organik Desa Gentungan Melalui Perbaikan Kemasan dan Kemitraan Pemasaran dengan APOKAT. *Journal of Cooperative, Small and Medium Enterprise Development*, 1(2), 48–54. <http://dx.doi.org/10.20961/cosmed.v1i2.66577>

activity was carried out from June–October 2022. The method used in this service includes the stages of Focus Group Discussion, packaging repair, and packaging training organic rice. This service activity aims to make Gentungan Village organic rice packaging more marketable, increase selling prices, increase income and expand marketing reach. This service activity has expected to be sustainable with the establishment of marketing partnerships.

Keywords: farmer; selling price; vacuum

PENDAHULUAN

Sistem pertanian di Indonesia saat ini sebagian besar merupakan pertanian konvensional. Pengembangan upaya baru dalam hal budidaya pertanian mulai dilakukan guna menerapkan konsep pertanian berkelanjutan yang diharapkan tidak memberikan pengaruh buruk berupa kerusakan lingkungan, sehingga perlu dilakukan budidaya dengan sistem pertanian organik. Pertanian organik merupakan cara budidaya tanaman yang menggunakan segala tahapan tanpa adanya campuran bahan kimia guna melancarkan program pertanian berkelanjutan. Menurut Mayrowani (2012), pertanian organik merupakan sistem pertanian yang bersifat ramah lingkungan dan hanya menggunakan bahan-bahan pertanian alami tanpa menggunakan bahan-bahan kimia sintetis. Sehingga menghasilkan produk yang sehat, bergizi dan juga aman dikonsumsi dengan salah satu manfaat yaitu meningkatkan hasil dalam jangka panjang melalui penggunaan *input* yang terjangkau. Sebagian besar budidaya didasarkan pada keanekaragaman hayati, mampu meningkatkan mata pencaharian dan keamanan pangan, membangun ketahanan terhadap perubahan iklim, mengurangi risiko keuangan dengan mengganti *input* bahan kimia yang mahal dengan sumber daya terbaru yang tersedia secara lokal, mengintegrasikan praktik pertanian tradisional, memperluas peluang pasar, dan berkontribusi pada mitigasi perubahan iklim, karena mengurangi emisi gas rumah kaca serta menyerap karbon di dalam tanah. Praktik pertanian berkelanjutan mencakup penggunaan nutrisi organik dan biologis, rotasi tanaman, pengelolaan hama terpadu, dan peningkatan keberagaman biologis. Penerapan sistem pertanian organik memerlukan beberapa aspek tersebut yang perlu diperhatikan dengan intensif (Imani, 2018). Sebelum terjun langsung menerapkan pertanian organik, perlu diperhatikan mulai dari persiapan media tanam hingga perawatan selama masa budidaya. Terkait dengan pertanian organik, hal lebih lanjut yang perlu diperhatikan mengenai pemasaran beras organik yang perlu untuk dikembangkan supaya lebih menarik ke pasar luas.

Keberlangsungan penerapan sistem pertanian organik di Desa Gentungan tentunya didukung dengan inisiatif masyarakat setempat yang mayoritas sadar akan pentingnya budidaya pertanian secara berkelanjutan melalui pertanian organik. Pengembangan pertanian organik dalam lingkup Desa Gentungan didukung dengan adanya kemitraan. Kemitraan yang terjalin memiliki peran penting dengan tujuan khusus tertentu. Kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh 2 (dua) pihak atau lebih, dalam jangka waktu tertentu, untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan (Azmi *et al.*, 2019). Keuntungan yang didapatkan dengan melakukan mitra kerja sama dapat diperoleh masyarakat Desa Gentungan sebagai sasaran bersama Asosiasi Petani Organik Karanganyar Tentram (APOKAT) dan Kans.id. Adanya mitra tersebut berfokus dalam pengembangan sistem budidaya pertanian organik dan pemasarannya.

APOKAT merupakan mitra yang bergerak dalam hal pemasaran hasil pertanian organik yaitu beras organik *vacuum sealer*. Pemasaran beras organik Desa Gentungan khususnya yang dikelola oleh Taruna Tani dibantu oleh APOKAT mulai dari tahap *vacuum* kemasan hingga pemasaran ke ranah pasar *online*. Kemasan *vacuum* mampu memperpanjang umur simpan dari bahan pangan yang dikemas dan juga meningkatkan keamanan serta tetap mempertahankan kualitas (Rodriguez, 2018). Taruna Tani sendiri merupakan kelompok petani muda yang dibentuk dengan tujuan memperluas regenerasi petani di Desa Gentungan sebagai pihak pengembangan dan pemasaran dalam bidang pertanian. Kerja sama antar kedua pihak diawali dengan adanya perjanjian MoU sebagai bukti kesepakatan yang bertujuan mencapai keuntungan bersama. Kemitraan dilaksanakan oleh pihak pertama dan pihak kedua dengan alasan pihak pertama membutuhkan bahan baku dari pihak petani untuk kontinuitas produksi (Azmi *et al.*, 2019). Peranan APOKAT di sini juga membantu Taruna Tani mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan pemasaran melalui *platform marketplace* dan media sosial.

Mitra kedua dalam program pengabdian ini yaitu Kans.id yang berperan untuk pelatihan kegiatan pertanian. Sasaran pelatihan adalah Taruna Tani dalam pengembangan pertanian organik. Kegiatan pelatihan yang dapat dilakukan meliputi pelatihan pembuatan pupuk organik, pelatihan *drone* pupuk pertanian, dan rancang bangun teknologi. Teknologi dan inovasi

pertanian dapat dikembangkan karena adanya mitra yang terjalin. Beberapa upaya yang dilakukan mampu mendukung konsep indikator dari sistem pertanian organik, sehingga penerapannya dapat disebarluaskan melalui pengenalan dari pelatihan yang telah dilaksanakan. Tujuan pengabdian ini adalah memperbaiki kemasan beras organik Desa Gentungan. Perbaikan kemasan pada beras organik di Desa Gentungan sebagai upaya menjawab permasalahan mengenai kurang menarik dari kemasan sebelumnya dan belum adanya identitas dan merek produk. Pengemasan produk beras organik menggunakan inovasi teknologi mesin *vacuum sealer*. Sehingga dengan dilakukannya perbaikan kemasan diharapkan: 1) Adanya peningkatan daya saing usaha dengan kepemilikan merek dan kemasan yang *marketable*, 2) Perluasan pemasaran, dan 3) Membangun kerja sama dengan mitra Kans.id dan APOKAT.

METODE PENELITIAN

Peningkatan daya saing beras organik melalui perbaikan kemasan dan kemitraan pemasaran dilakukan dengan mengadakan pelatihan pengemasan bersama Tim Program Penguatan Kapasitas Organisasi Kemahasiswaan (PPK Ormawa) Himpunan Mahasiswa Penyuluhan dan Komunikasi Pertanian (HM Pelita) yang bermitra dengan APOKAT. Pelatihan *vacuum sealer* dilaksanakan pada bulan September 2022. Alat dan bahan yang digunakan dalam pelatihan yaitu label, plastik kemasan, beras organik, dan *vacuum sealer*. Pelatihan pengemasan beras organik dihadiri oleh anggota Taruna Tani Desa Gentungan sebanyak 10 orang. Dalam perbaikan kemasan, Taruna Tani ikut berdiskusi dalam pembuatan label kemasan terbaru yang bertujuan memberikan keamanan produk ketika proses pendistribusian produk dan mempermudah informasi beras terhadap konsumen (Titik, 2012). Penyampaian materi mengenai cara kerja *vacuum sealer*, selanjutnya Taruna Tani menjalankan praktik secara langsung mengenai tahapan pengemasan beras menggunakan *vacuum sealer* didampingi dengan pihak APOKAT. Praktik pengemasan beras ini diawali dengan menimbang beras secara digital, kemudian beras dimasukkan dalam plastik untuk dilakukan proses pengemasan menggunakan *vacuum sealer* seperti yang terlihat pada Gambar 1. Penggunaan *vacuum sealer* membuat seorang distributor mempunyai kesempatan untuk memperluas jangkauan pemasarannya. Kegiatan pemasaran beras organik menggaet dua mitra yaitu Kans.id dan APOKAT.



Gambar 1. Pelatihan pengemasan beras organik kepada Taruna Tani didampingi oleh APOKAT

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbaikan kemasan

Perbaikan kemasan merupakan hal yang dilakukan agar produk tersebut semakin menarik minat konsumen untuk membeli serta meningkatkan kualitasnya. Perbaikan kemasan suatu produk dapat dilakukan dengan memperbaiki desain kemasan dan memberikan label kemasan. Kemasan merupakan salah satu elemen strategi produk yang digunakan untuk menarik konsumen membeli produk. Apabila pengusaha kurang memperhatikan kemasan produknya maka produk yang

dijual kurang memiliki daya tarik. Perbaikan kemasan digunakan dalam membantu meningkatkan penjualan produk yang dihasilkan. Perbaikan mencakup pemberian label dan informasi tentang produk kepada konsumen (Nugroho *et al.*, 2019). Desain kemasan suatu produk pangan menjadi hal yang turut diperhatikan dalam peningkatan pemasaran produk tersebut. Pemilihan bahan kemasan dan bentuk kemasan dilakukan sebagai penunjang dalam desain kemasan. Sedangkan label kemasan suatu produk menjadi salah satu upaya dalam memperkenalkan, memberikan informasi dan menunjukkan ciri khas dari produk tersebut.

Desain kemasan

Desain suatu kemasan produk khususnya olahan pangan beras diperlukan unsur khas yang menunjukkan produk tersebut. Perbaikan kemasan beras organik dilakukan dengan sebelumnya menggunakan plastik beras sablon satu warna diganti dengan menggunakan plastik beras *vacuum*. Kemasan dengan menggunakan sablon satu warna memiliki kelebihan dan kelemahan. Kelebihan pada kemasan sebelumnya ialah mampu membuat kemasan hingga berat bersih 2 kg (Gambar 2). Kelemahannya yaitu apabila kualitas beras menurun dapat terlihat kutu beras sehingga beras rusak justru terlihat oleh konsumen karena menggunakan kemasan plastik beras transparan. Selain itu, penggunaan warna sablon yang hanya menggunakan satu warna (hijau) mengurangi daya tarik konsumen untuk membeli. Hal ini tentu akan mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk beras tersebut.

Penggunaan kemasan beras *vacuum* dirancang dengan pengemasan hampa udara. Pengemasan hampa udara dilakukan dengan menghilangkan oksigen dari dalam kemasan. Hal ini dilakukan dengan tujuan menjaga mutu dan kualitas produk dengan jangka waktu yang lama. Kemasan beras *vacuum* dibuat dengan ukuran lebih praktis sehingga mudah dibawa. Selain itu penggunaan kemasan beras *vacuum* hanya menyediakan berat bersih 1 kg.



Gambar 2. Desain kemasan beras organik Desa Gentungan sebelum dan sesudah

Label kemasan

Label merupakan bagian dari suatu produk yang berupa penjelasan bentuk, gambar, serta tulisan yang memiliki fungsi informatif tentang produk dan produsen, serta diharapkan mampu menjadi ciri khas atau identitas produk yang menarik. Pada dasarnya berisikan penjelasan berupa merek produk, bahan baku, isi produk, kandungan gizi, masa kedaluwarsa, berat neto, dan legalitas produk. Pelabelan pada kemasan produk sangat penting bagi produsen, karena hal ini dapat dijadikan sebagai media promosi bagi pelaku usaha untuk memasarkan dan mengembangkan produksinya (Dumadi *et al.*, 2021). Label kemasan beras organik sebelumnya diberikan dengan penggunaan cetak sablon satu warna pada plastik beras selanjutnya diperbarui dengan pemberian label kemasan desain sticker. Desain yang digunakan pada label kemasan beras *vacuum* dirancang secara menarik dan sedemikian rupa, kemudian dicetak dengan ukuran 11 x 9 cm². Pembaharuan identitas pada label kemasan beras *vacuum* dengan menambahkan logo halal, logo beras organik dan nomor sertifikat organik seperti yang terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Desain label kemasan beras organik *vacuum* Desa Gentungan

Penggunaan mesin vacuum

Pengemasan beras organik perlu diperhatikan agar beras memiliki daya simpan yang lama dan tetap terjaga kualitasnya. Sehingga metode pengemasan yang dapat memenuhi hal tersebut harus dilakukan dan salah satunya merupakan pengemasan dengan *vacuum sealer*. Pengemasan *vacuum* adalah sistem pengemasan hampa udara dimana tekanannya kurang dari 1 atm dengan cara mengeluarkan O_2 dari kemasan sehingga memperpanjang umur simpan. Pengemasan *vacuum* memiliki kelebihan yaitu meningkatkan *shelf life*, mengurangi *loss* produk, dan mempertahankan rasa. Penggunaan *vacuum sealer* membuat seorang distributor mempunyai kesempatan untuk memperluas jangkauan pemasarannya (Hawa *et al.*, 2018).

Membangun Jejaring Pemasaran dengan APOKAT dan Kans.id

Dewasa ini kita kerap mendengar tentang kemitraan, utamanya dalam bidang pertanian. Kemitraan yang diharapkan adalah kemitraan yang menguntungkan petani secara pribadi maupun kelompok tani. Menurut Azmie *et al.* (2019), kemitraan merupakan strategi bisnis yang dilakukan oleh 2 (dua) pihak atau lebih, dalam jangka waktu tertentu, untuk meraih keuntungan bersama dengan prinsip saling membutuhkan dan saling membesarkan. Adanya subsistem agribisnis yang dapat dilakukan antara pelaku usaha tani mengenai hubungan yang saling menguntungkan atau kerja sama yang terkait, sehingga dapat menjadi alasan kedua belah pihak untuk melakukan hubungan kerja sama kemitraan. Kemitraan dalam agribisnis diharapkan mampu menciptakan suatu keseimbangan peran dan manfaat satu sama lain, sehingga mencapai tujuan kemitraan yaitu saling menguntungkan. Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari berbagai kegiatan bisnis atau usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga barang atau jasa, mempromosikannya, mendistribusikannya, dan bisa memuaskan konsumen.

PPK Ormawa HM Pelita dalam pelaksanaannya menjalin kemitraan agribisnis dengan beberapa mitra yang berfokus pada bidang pemasaran beras organik. Kemitraan pemasaran yang terjalin untuk meningkatkan daya saing beras organik Desa Gentungan. Daya saing berhubungan dengan bagaimana efektivitas suatu organisasi di pasar persaingan, dibandingkan dengan organisasi lainnya yang menawarkan produk atau jasa-jasa yang sama atau sejenis (Rofiqah, 2016). Kemitraan dilaksanakan dengan dua mitra dalam pemasaran beras organik. Dua kemitraan yang dilakukan, yaitu: (1) kemitraan antara PPK Ormawa HM Pelita dengan Kans.id, (2) kemitraan antara PPK Ormawa HM Pelita dengan APOKAT.

Kemitraan antara PPK Ormawa HM Pelita dengan Kans.id

Kans.id merupakan *startup* yang menghubungkan dan menawarkan pendampingan kegiatan pemberdayaan masyarakat dari lembaga pemerintah, kampus, swasta, maupun pihak ketiga dengan pendekatan *pentahelix collaboration* yang berbasis pada permasalahan utama komunitas. Kans.id sebagai konsultan pemberdayaan masyarakat melalui *pentahelix collaboration*, membantu dalam menghubungkan perusahaan atau industri dengan desa potensial dan kampus melalui suatu program kerja yang telah dibuat untuk menghasilkan suatu produk tertentu. Kans.id sebagai lembaga konsultan bagi pihak PPK Ormawa HM dalam menjalankan program yang dilaksanakan. Ada beberapa produk pelayanan yang dijalankan oleh Kans.id, yaitu: (1) Kanslor, yang bergerak sebagai fasilitator *Corporate Social Responsibility* (CSR) Perusahaan, (2) Kansmilk, yang bergerak sebagai fasilitator program pemberdayaan kampus, (3) Kansplan, yang bergerak sebagai fasilitator perencanaan pembangunan desa, dan (4) Kansell yang bergerak sebagai fasilitator pemasaran produk. Kansell bertujuan mewujudkan hilirisasi pemasaran produk hasil pemberdayaan masyarakat. Rencana pemasaran yang dilakukan terdiri dari: (1) *online marketing* (*web marketing* dan *social media marketing*), (2) *offline marketing* dengan pendekatan langsung ke perusahaan dan

pendidikan tinggi melalui *deck* katalog, dan (3) *bidding* dengan mengikuti *bidding* aktivitas pemberdayaan masyarakat dari berbagai lembaga dengan memaparkan *company profile* dan *deck* katalog.

Kemitraan difokuskan pada pemasaran produk beras organik untuk meningkatkan daya saing penjualan produk melalui pendampingan perbaikan kemasan. Proses pemasaran dilakukan mulai dari *digital marketing*, strategi *marketing*, penjualan, hingga hubungan dengan konsumen dan calon konsumen. Kans.id berperan dalam membantu petani di Desa Gentungan dalam memasarkan beras organik hasil pertaniannya ke berbagai pangsa pasar yang dimiliki Kans.id. Melalui Kans.id penjualan beras organik Desa Gentungan akan semakin meningkat, karena makin meluasnya pangsa pasar.

Kemitraan antara PPK Ormawa HM Pelita dengan APOKAT

APOKAT sebagai wadah pertanian organik di Kabupaten Karanganyar memiliki peran sentral bagi para petani di Karanganyar. Berdasarkan penuturan para petani organik di Kabupaten Karanganyar keberadaan APOKAT sangat terasa manfaatnya bagi kesejahteraan para petani. Salah satu fokus dari APOKAT adalah pemasaran hasil pertanian dari para petani organik. Selain berfokus pada pemasaran, APOKAT juga fokus pada pendampingan produksi hasil pertanian bagi para petani organik di Kabupaten Karanganyar.

APOKAT memberikan fasilitas kepada PPK Ormawa HM Pelita dalam hal pengemasan beras *vacuum sealer* dan pemasaran. Sistem kerja sama yang dilakukan adalah hal pengemasan beras *vacuum sealer* adalah setiap satu kemasan dengan berat 1 kg yang akan di-*vacuum* pada APOKAT dikenai biaya Rp2.000,00. Penjualan beras organik sebelum di-*vacuum* adalah Rp12.000,00 kemudian beras organik dengan pengemasan *vacuum sealer* dijual sebesar Rp20.000,00. Hal tersebut membuktikan bahwasanya kerja sama yang dijalin oleh PPK Ormawa HM Pelita dengan APOKAT saling menguntungkan. Selain itu, APOKAT juga membantu pemasaran beras organik dengan pengemasan *vacuum sealer* mengingat jaringan pemasaran yang dimiliki APOKAT sangat luas diantaranya yakni Bandung, Jakarta dan beberapa kota besar di Indonesia.

Evaluasi dan Monitoring

Selisih harga penjualan beras organik kemasan biasa dengan kemasan *vacuum* cukup banyak. Kemasan *vacuum* dan kemasan yang berlabel merek dagang lebih memiliki nilai jual yang tinggi. Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan dipasarkan, serta dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan dibelinya dan menjadi penguat *branding* usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Dalam label produk terdapat informasi berupa *brand*, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk (Herudiansyah *et al.*, 2019). Hal tersebut juga dikarenakan label dapat memberikan jaminan mutu terhadap beras. Harga penjualan beras organik sebelum di *vacuum* sebesar Rp12.000,00. Sedangkan beras organik yang sudah di-*vacuum* serta diberi label merek dijual sebesar Rp20.000,00. Selisih harga beras organik kemasan biasa dengan sesudah kemasan *vacuum* meningkat sebesar 60%.

Kerja sama Tim PPK Ormawa HM Pelita dengan APOKAT sudah terjalin selama 3 bulan, dimulai dari bulan Agustus sampai sekarang. Pada bulan Agustus penjualan beras organik kemasan *vacuum* mencapai 50 kg dan memperoleh penerimaan sebesar Rp1.000.000,00. Pada bulan September terjual 62 kg dan memperoleh penerimaan sebesar Rp1.240.000,00. Sementara beras organik yang terjual di bulan ini 16 kg dan memperoleh Rp320.000,00. Berdasarkan perbandingan penerimaan 3 bulan tersebut, dapat diketahui bahwa penjualan beras organik kemasan *vacuum* meningkat tiap bulannya. Jumlah pendapatan dari hasil penjualan sebelum di *vacuum* atau kemasan biasa di bulan-bulan sebelumnya lebih sedikit dikarenakan harga jualnya lebih kecil yaitu sebesar Rp12.000,00, walaupun permintaan pasar yang hampir sama. APOKAT memiliki target penjualan setiap bulannya, agar kurva penerimaan meningkat dan memiliki strategi pemasaran. Strategi pemasaran ialah perluasan pasar dan sudah memiliki jejaring kemitraan di daerah Surakarta, Karanganyar, Sukoharjo, bahkan Bandung, Jakarta dan beberapa kota besar di Indonesia. APOKAT juga menerapkan penjualan dengan bekerja sama dengan *supplier* beras. Berdasarkan penerimaan penjualan beras dan pemasaran yang cukup luas, secara langsung dapat meningkatkan pendapatan petani.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Tim PPK Ormawa HM Pelita dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan beras organik Desa Gentungan. Hal ini dapat terjadi karena Tim PPK Ormawa HM Pelita mengupayakan peningkatan daya saing beras organik melalui perbaikan kemasan, penggunaan mesin *vacuum*, dan menjalin kemitraan bersama APOKAT. Perbaikan kemasan dilakukan dengan cara memperbaiki kemasan yang sebelumnya adalah kemasan

plastik biasa menjadi kemasan *vacuum* yang jauh lebih berkualitas. Label kemasan juga diperbaiki dan diganti dengan label *sticker* yang lebih menarik dan informatif. Selanjutnya, Tim PPK Ormawa HM Pelita mengadakan pelatihan pengemasan dengan mesin *vacuum* bagi Taruna Tani yang bekerja sama dengan APOKAT, sekaligus menjalin kemitraan dalam hal pemasaran beras organik. Kegiatan pengabdian menunjukkan hasil yang signifikan dimana daya saing produk meningkat dan semakin *marketable*, serta terjadi peningkatan penerimaan dari penjualan beras organik Desa Gentungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azmie, U., Dewi, R. K., & Sarjana, I. D. G. R. (2019). Pola kemitraan agribisnis tebu di Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Agrisocionomics: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 3(2), 119–130. <https://doi.org/10.14710/agrisocionomics.v3i2.5062>
- Dumadi, D., Arifianto, T., Utami, M. D., & Mulyani, I. D. (2021). Peningkatan pengetahuan mengenai manfaat pelabelan pada kemasan produksi nugget telur asin. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 2(01), 65–71. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.549>
- Hawa, L. C., Setiawan, W. P., & Ahmad, A. M. (2018). Aplikasi teknik penyimpanan menggunakan pengemas vakum pada berbagai jenis beras. *Jurnal Keteknik Pertanian Tropis dan Biosistem*, 6(2), 145–156. Tersedia dari <https://jkptb.ub.ac.id/index.php/jkptb/article/view/467>
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89. Tersedia dari https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi/article/view/2296
- Imani, F., Charina, A., Karyani, T., & Mukti, G. W. (2018). Penerapan sistem pertanian organik di kelompok tani mekar tani jaya Desa Cibodas Kabupaten Bandung Barat. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 4(2), 139–152. <http://dx.doi.org/10.25157/ma.v4i2.1173>
- Mayrowani, H. (2012). Pengembangan pertanian organik di Indonesia. *Forum Penelitian Agro Ekonomi*, 30(2), 91–108. Tersedia dari <http://repository.pertanian.go.id/bitstream/handle/123456789/7549/3880-8997-1-SM.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Nugroho, S. B., Adhityawan, M., & Agustini, D. H. (2019). Pendampingan pemasaran melalui perbaikan kemasan produk makanan ringan pengusaha kecil di Semarang Utara. *Patria: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.24167/patria.v1i1.1881>
- Rodriguez. (2018). Inovasi kemasan atau pengemasan potensi kembangkan produk usaha kecil dan menengah Kabupaten Banjarnegara. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 52(11), 54–67.
- Titik & Eijayanti. (2012). *Perkembangan usaha kecil dan menengah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahdah, R., & Amalia, H. S. (2017). Pengembangan daya saing produk pada sentra kerajinan purun di Kabupaten Hulu Sungai Utara Kalimantan Selatan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Keuangan*, 6(2), 89–99. Tersedia dari <http://journal.stie-kayutangi-bjm.ac.id/index.php/jibk/article/view/250>