

STRATEGI BERSAING MELALUI MANAJEMEN MEREK DAN KEMASAN PRODUK UMKM DESA TOAPAYA SELATAN

Imran Ilyas¹, Jasmin Suristia², Muhammad Putra Pandimas³, Putri DwiYuniandri⁴,
Siti Melisa⁵, Zuliva Safhira⁶

^{1,3,6)}Prodi Manajemen, STIE Pembangunan Tanjungpinang

^{2,4,5)}Prodi Akuntansi, STIE Pembangunan Tanjungpinang

email :imran@stie-pembangunan.ac.id

Abstrak

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan sangat penting terhadap pertumbuhan ekonomi di Desa Toapaya Selatan. UMKM memberikan nilai positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Hal tersebut tergambar pada jumlah UMKM di Desa Toapaya Selatan yang terus meningkat. Kripik ubi merupakan salah satu produk rintisan Usaha Kecil Mikro dengan nama usaha Kripik Ubi Ibu Watimah, usaha lainnya yaitu Rengginang Ibu Supartin. Namun sayangnya UMKM Ibu Watimah dan Ibu Supartin belum memiliki kemasan serta label kemasan yang baik sehingga membutuhkan pergantian kemasan serta label kemasan yang menarik agar usahanya dapat lebih dikenal ke masyarakat luar. Kegiatan pengabdian ini dilakukan untuk membantu UMKM Ibu Watimah dan Ibu supartin untuk meningkatkan manajemen merek dan kemasan produnya. Metode yang digunakan didalam kegiatan pengabdian ini adalah metode survey, wawancara langsung, pelatihan, sosialisasi dan pendampingan langsung kepada pemilik UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa pada UMKM keripik ubi Ibu Watimah kendalanya yaitu belum memiliki label produk dan NIB. Sedangkan pada UMKM Ibu Supartin yaitu kemasan produk yang belum tepat, sehingga produk yang dihasilkan mudah rusak. Setelah melakukan inovasi kemasan serta label yang lebih menarik, penjualan yang dilakukan oleh kedua UMKM tersebut mengalami kenaikan. Selain mengalami kenaikan penjualan, pengemasan produk yang lebih baik juga memberikan dampak positif bagi keawetan produk itu sendiri.

Kata kunci: Manajemen Merek, Kemasan Produk, UMKM

Abstract

Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) play a very important role in economic growth in South Toapaya Village. MSME have a positive impact on increasing people's income. This is reflected in the number of MSME in South Toapaya Village, which continues to increase. Sweet potato chips are one of the pioneering products of Small and Micro Enterprises with the name of Mrs. Watimah's Sweet Potato Chips business, the other business is Mrs. Supartin's Rengginang. Unfortunately, Mrs. Watimah and Mrs. Supartin do not yet have good packaging and packaging labels, so they need to change their packaging and create attractive packaging labels so that their business can be better known to the outside community. This service activity is carried out to help MSME Mrs. Watimah and Mrs. Supartin improve brand management and product packaging. The methods used in this service activity are survey methods, direct interviews, training, socialization and direct assistance to MSME owners. The results of the survey showed that the MSME for Mrs. Watimah's sweet potato chips, did not have a product label and business identification number. Meanwhile, for Mrs. Supartin's rengginang, inappropriate product packaging, so the resulting product is easily damaged. After introducing innovative packaging and labels that are more attractive, the sales of the two MSMEs have increased. Besides experiencing an increase in sales, better product packaging also has a positive impact on the durability of the product itself.

Keywords: Brand Management, Product Packaging, MSME

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Telah mempunyai peranan yang sangat penting pada pertumbuhan ekonomi di Desa Toapaya Selatan. Peranan UMKM memberikan nilai positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Hasrat berwirausaha masyarakat dari waktu ke waktu menunjukkan trend positif. Hal tersebut tergambar pada jumlah UMKM di desa Toapaya Selatan yang terus meningkat.

Kripik Ubi merupakan salah satu produk rintisan usaha kecil menengah dengan nama usaha

Keripik Ubi Ibu Watimah. Usaha home industry ini sangat digemari oleh seluruh kalangan usia karena memiliki citarasa yang khas. Keripik Ubi merupakan olahan makanan dari singkong yang diiris tipis menggunakan minyak goreng. Keripik Ubi melayani permintaan disekitar wilayah desa Toapaya Selatan dan sekitarnya. Dalam pemenuhan permintaan konsumen keripik ubi Ibu Watimah biasanya memproduksi 40 kg singkong seminggu. Penjualan keripik singkong hanya dikemas menggunakan plastik kiloan. Usaha keripik ubi Ibu Watimah juga belum memiliki Nomor Induk Berusaha (NIB).

Usaha lainnya yang terdapat di desa Toapaya Selatan yaitu Rengginang Ibu Supartin. Selama memproduksi dan menjual rengginang. Rengginang adalah sejenis kerupuk tebal yang terbuat dari beras ketan yang dibentuk bulat dan dikeringkan dengan cara dijemur dibawah panas matahari, lalu digoreng panas dalam minyak goreng. Ibu Supartin mengatakan bahwa kendala ang dihadapi saat ini yaitu kemasan yang masih menggunakan kantong kresek, sehingga tekstur garing dari rengginang tidak bisa bertahan lama.

Berdasarkan dari hasil survey di lapangan bahwa UMKM Ibu Watimah dan Ibu Supartin membutuhkan pergantian kemasan yang lebih baik serta label kemasan yang menarik agar usahanya dapat lebih dikenal ke masyarakat luar dan mudah dikenali. Berdasarkan pemaparan di atas, program pengabdian masyarakat perlu dilakukan untuk membantu UMKM Ibu Watimah dan Ibu Supartin untuk meningkatkan manajemen merek dan kemasan produk guna meningkatkan daya saing produknya.

METODE

Program Kuliah Kerja Nyata (KKN) menggunakan dua UMKM yaitu, UMKM keripik ubi Ibu Watimah dan UMKM rengginang Ibu Supartin. Lokasi pelaksanaan bertempat di UMKM Rengginang Ibu Supartin dan UMKM Keripik Ibu Watimah yang berlokasi di Desa Toapaya Selatan. Metode pelaksanaan program menggunakan metode survei, wawancara langsung, pelatihan, sosialisasi dan pendampingan langsung kepada pemilik UMKM.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama pelaksanaan program yaitu survei dan wawancara langsung kepada pemilik usaha terkait kendala yang terjadi pada produk usahanya. Pada UMKM Keripik ubi Ibu Watimah kendala yang dihadapi yaitu belum memiliki label produk dan Nomor Induk Berusaha (NIB). Sedangkan pada UMKM rengginang Ibu Supartin yaitu kemasan produk yang belum tepat, sehingga produk yang dihasilkan mudah rusak.

Langkah kedua yaitu dilakukannya pelatihan terkait inovasi dan kemasan produk baru. Pada tahap ini pada UMKM Keripik ubi Ibu Watimah kami memberikan label atau logo kemasan agar produk dapat dikenali. Lalu kami melakukan sosialisasi mengenai pentingnya NIB pada usaha yang dijalankan. Pada UMKM rengginang Ibu Supartin, bersama-sama melakukan pemilihan jenis plastik yang akan digunakan untuk kemasan produk yaitu dengan menggunakan yang lebih tebal guna meminimalisir rengginang agar tidak mudah remuk dan sobek plastiknya.

Langkah ketiga yaitu pendampingan langsung. Pada UMKM keripik ubi Ibu Watimah, kami melakukan pendampingan penggunaan label atau logo stiker produk pada kemasan produk keripik ubi. Sama halnya dengan UMKM keripik ubi Ibu Watimah, pada UMKM rengginang Ibu Supartin juga dilakukan pendampingan penggunaan label atau logo stiker produk pada kemasan. Ibu Supartin juga diajarkan untuk menggunakan alat pres berupa sealer guna menjaga kualitas produk yang sudah dikemas.

Setelah melakukan inovasi kemasan yang lebih baik dan pembuatan label yang lebih menarik, penjualan yang dilakukan oleh UMKM keripik ubi Ibu Watimah dan UMKM rengginang Ibu Supartin mengalami kenaikan. Selain mengalami kenaikan penjualan, pengemasan produk yang lebih baik juga menimbulkan dampak positif bagi keawetan produk itu sendiri.

SIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan pengabdian di Desa Toapaya Selatan tentang strategi bersaing melalui manajemen merek dan kemasan produk maka dapat disimpulkan bahwa adanya kegiatan ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Ibu Watimah dan Ibu supartin. Sosialisasi manajemen merek memberikan kemudahan bagi UMKM Keripik Ubi Ibu Watimah untuk dapat dikenal secara luas dengan adanya label atau logo yang menarik pada kemasan. Dan dengan adanya NIB semakin dapat memudahkan UMKM Ibu Watimah dalam mengembangkan usaha nya. Kemudian

dengan sosialisasi mengenai kemasan produk yang baik kepada UMKM Rengginang Ibu Supartin juga dapat meningkatkan minat beli semakin tinggi dengan adanya kemasan yang layak dan penggunaan label atau logo yang menarik. Dengan itu, pemasaran pada pelaku UMKM Ibu Watimah dan Ibu Suprtin dalam menggunakan manajemen merek dan kemasan produk berhasil meningkatkan jangkauan pasarnya lebih luas. Selesainya program kerja ini dengan adanya sosialisasi yang diberikan, penulis mengharapkan supaya pelaku UMKM di Desa Toapaya Selatan bisa terus berinovasi mengembangkan usaha nya tanpa mengesampingkan perkembangan teknologi dan dapat meningkatkan pendapatan ekonomi.

SARAN

Ada beberapa saran yang dapat diterapkan:

1. Membuat brand identity yang kuat: UMKM dapat membuat identitas merek yang kuat dan mudah diingat oleh konsumen. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat logo dan slogan yang menarik dan mencerminkan nilai-nilai dan kualitas produk yang dihasilkan.
2. Memperhatikan kualitas kemasan: Kemasan produk yang menarik dan berkualitas dapat meningkatkan daya tarik produk UMKM di pasar. Selain itu, kemasan yang baik juga dapat melindungi produk dari kerusakan dan memperpanjang masa simpan produk.
3. Mempromosikan produk secara kreatif: UMKM dapat memanfaatkan media sosial dan platform e-commerce untuk mempromosikan produk mereka. Selain itu, dapat juga melakukan promosi melalui event atau kerjasama dengan toko-toko dan restoran untuk meningkatkan visibilitas produk.
4. Menjaga konsistensi merek: UMKM harus menjaga konsistensi merek dan kemasan produk mereka agar mudah diingat oleh konsumen dan membangun citra merek yang kuat.
5. Menjaga kualitas produk: Kualitas produk yang baik sangat penting untuk mempertahankan kepercayaan konsumen dan membangun reputasi merek yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, S., Parupi, R., Miranda, & Yesi. (2022). Pembaharuan Kemasan Tahu Goreng Sebagai Upaya Perbaikan Kemasan Bagi Umkm Di Desa Alai Selatan. Urnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan.
- Artaya, P., Bakhtiono, R. A., & Kamisutara, M. (N.D.). Pelatihan Proses Labelisasi Kemasan Produk Industri Rumah Tangga Di Kecamatan Candi Sidoarjo.
- Diana, L., Akbhari, I., Fadhilah, A., & Hidayaturracman, H. (2022). Pembuatan Nomor Induk Berusaha (Nib) Untuk Kesadaran Legalitas Usaha Bagi Umkm Kelurahan Dukuh Sutorejo. Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat (Jppm).
- Putra, N. N. (2020). Analisis Jenis Dan Desain Kemasan Snack Keripik Singkong Terhadap Minat Beli Konsumen. Jurnal Pengabdian Masyarakat.