

PENINGKATAN DAYA SAING MELALUI INOVASI KEMASAN OLAHAN EMPING SINGKONG DESA PETANANG KECAMATAN LEMBAK KABUPATEN MUARA ENIM

Dwi Oktaria¹, Siti Komariah Hildayanti², Lesi Hertati³, R.M. Rum Hendarmin⁴

¹Mahasiswa Program studi Akuntansi, Universitas Indo Global Mandiri

³Dosen Program studi Manajemen, Universitas Indo Global Mandiri

^{2,4}Dosen Program studi Akuntansi, Universitas Indo Global Mandiri

email: 2020520007@students.uigm.ac.id¹, hildayanti@uigm.ac.id², lesihertati@uigm.ac.id³, hendarmin@uigm.ac.id⁴

Abstrak

Desa Petanang adalah salah satu bagian dari Kecamatan Lembak, Kabupaten Muara Enim, dengan hasil produksi singkong yang cukup melimpah namun masih terkendala dengan kemasan yang kurang menarik. Inovasi dan pemasaran adalah hal yang sangat penting dalam proses bisnis, hal ini tidak lepas dari Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu komponen perekonomian nasional paling strategis dan berpengaruh pada hajat hidup banyak orang hingga menjadi tulang punggung ekonomi nasional. Tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan kualitas produk olahan kelas singkong melalui sosialisasi inovasi kemasan, dan desain label kemasan produk, sehingga produk lebih menarik dan dapat meningkatkan keuntungan masyarakat setempat.

Kata kunci: Kemasan, Desain Kemasan, Olahan Singkong

Abstract

Petanang Village is a part of Lembak District, Muara Enim Regency, with quite abundant cassava production but still constrained by unattractive packaging. Innovation and marketing are very important things in business processes, this cannot be separated from Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the most strategic components of the national economy and influence the lives of many people so they become the backbone of the national economy. The purpose of this service is to improve the quality and quantity of cassava-grade food through socialization of packaging development and product branding design, so that the production results are more attractive and of course can increase the profits of everyone involved in the cassava class business in Petanang Village, Lembak District.

Keywords: Packaging, Design Packaging, Processed Cassava.

PENDAHULUAN

Desa Petanang merupakan salah satu dari 10 desa di wilayah Kecamatan Lembak, yang memiliki luas wilayah 800 hektar dan berbatasan langsung dengan Desa Talang Nangka, Tanjung Dalam, Muara Sungai dan Pandan. Desa Petanang merupakan desa yang memiliki potensi hasil alam di bidang perkebunan karet. Namun masyarakat di Desa Petanang menganggap singkong sebagai pasar potensial dibandingkan produk karet. Singkong diolah oleh masyarakat menjadi masakan khas desa Petanang antara lain kerupuk ubi, keripik singkong, emping, dan kelasan.

Masyarakat Petanang belum menyadari pentingnya kemasan dan identitas perusahaan yang kuat. Masyarakat Desa Petanang hanya fokus pada pengembangan produk dan mengabaikan aspek pengemasan dan branding yang dapat membantu Desa Petanang membedakan dirinya dari kompetitor lainnya, serta membangun image yang kuat di pasar.

Karena hasil singkong yang melimpah, warga desa Petanang berinovasi dengan mengelola singkong menjadi produk emping yang diberi nama kelasan. Kelas an adalah hasil dari olahan singkong yang diparut, dijadikan adonan, lalu dibentuk bulat panjang, kemudian dikukus. Kelas an yang sudah dikukus lalu didinginkan kemudian diiris tipis dan dikeringkan. Hasil dari kelas an yang sudah kering ini biasa disebut warga setempat dengan nama yang sama yaitu 'kelas an', namun masyarakat awam mengenalnya dengan sebutan emping.



Gambar 1. Proses pembuatan Kelasan

Seluruh proses pembuatan kelasan dilakukan dengan cara tradisional dan dilakukan sendiri oleh warga Desa Petanang. Meskipun produksinya dilakukan secara tradisional, masyarakat membuat mesin pamarut singkong agar prosesnya menjadi lebih efisien dibanding memarut sendiri secara manual. Dengan adanya program pengabdian ini diharapkan dapat membantu UMKM di Desa Petanang agar dapat berkembang serta meningkatkan potensi warga Desa Petanang. Kekuatan kekayaan warga dapat mempengaruhi kesejahteraan dan kemajuan Desa Petanang.

Di era globalisasi sekarang ini, dimana persaingan pasar semakin ketat, “estetika” dapat bertindak sebagai “jebakan emosional” yang kuat untuk menarik perhatian konsumen. Persaingan produk tidak lagi terbatas pada kualitas yang unggul atau teknologi canggih, tetapi juga upaya dalam mencapai nilai tambah untuk kemaslahatan spiritual konsumen. UMKM harus mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman, di masa yang menuntut hal yang beragam perubahan UMKM harus bisa beradaptasi dengan perubahan (Rioe Chandra et al., 2022).

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin meningkat adalah desain kemasan. Daya tarik suatu produk tidak terlepas dari kemasannya. Kemasan merupakan “detonator” karena berbicara langsung kepada konsumen. Karena itu kemasan harus dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, dalam hal ini membeli produk, karena tujuan akhir dari pengemasan adalah untuk menciptakan penjualan (Dirman, A, & Wahyuni, 2020)

Kemasan merupakan salah satu bidang desain komunikasi visual yang mempunyai banyak persyaratan khusus karena fungsinya yang berhubungan langsung dengan konsumen, antara lain persyaratan teknis, kreatif, komunikasi dan pemasaran harus diubah menjadi bahasa visual. Sebagai seorang desainer di bidang komunikasi visual, hal ini merupakan sebuah tantangan karena selain dituntut untuk menghadirkan kemasan (desain) yang estetik, juga harus memanfaatkan daya tarik kemasan tersebut agar mampu memenangkan persaingan. dalam suatu produk tertentu. Tantangan lainnya adalah perusahaan tidak hanya mengharapkan peningkatan penjualan, namun juga kesetiaan atau loyalitas pelanggan terhadap produknya (Bisma, A. & Hanifan, 2019).

METODE

Dalam pelaksanaan program pengabdian masyarakat dalam mendampingi UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim dilakukan dengan beberapa tahapan pelaksanaan program, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap persiapan
 - a. Langkah ini dilakukan dengan menyiapkan data-data yang diperlukan terkait dengan UMKM Kelas Desa Petang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim, hal ini diperlukan untuk memastikan dukungan seperti apa yang tepat juga memperhatikan budaya desa yang bersangkutan,
 - b. Menyiapkan program pengabdian masyarakat untuk inklusi sosial di UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim dengan tujuan utama membuat desain kemasan baru.
 - c. Menyiapkan peralatan dan prasarana untuk mendukung pelaksanaan program dan selangkah demi selangkah mengembangkan strategi pelaksanaan program berdasarkan prioritas program dukungan UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.
2. Tahap implementasi kegiatan
 - a. Menyajikan strategi pelaksanaan program pendampingan UMKM Kelas untuk menerapkan pola manajemen kepada mitra sasaran program yang relevan dalam rangka pengabdian kepada

- masyarakat dalam mendukung UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.
- b. Tahap impelentasi ini merupakan komunikasi kolaboratif dengan mitra terkait dengan kegiatan, peran, dan kontribusi mitra sasaran dalam program dukungan pengabdian kepada masyarakat UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.
 - c. Sebagai bagian dari pengabdian kepada masyarakat, akan dilakukan konsultasi kepada pelaku UMKM Kelas, terus mengoordinasikan kemajuan dalam dukungan layanan masyarakat UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.
 - d. Data kuantitatif ini menjadi acuan yang terus dipantau oleh dosen yang dihasilkan dari mitra sasaran berupa hasil kegiatan, baik berupa data kuantitatif (misalnya total produksi, total pendapatan, jumlah kader masyarakat, luas area, dll) serta data kualitatif (seperti kualitas produk, ketegori produk, diversifikasi produk, perubahan perilaku manusia, ekstensi manajemen bisnis dan atau manajemen sosial serta yang lainnya).
3. Tahap pemantauan dan evaluasi
 - a. Proses pemantauan dan evaluasi pelaksanaan program dilaksanakan setiap minggu dalam 41 (empat puluh satu) hari masa pengabdian kepada masyarakat dalam mendukung UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.
 - b. Metode evaluasi yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu penelitian langsung ke lapangan (*field reseatch*) dengan kajian mendalam dilaksanakan dengan metode penelitian lapangan. Data deskriptif kualitatif juga digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian yang ditujukan untuk menggambarkan fenomena yang ada, baik fenomena alam ataupun rekayasa yang dibuat oleh manusia.
 4. Tahap pelaporan
 - a. Pada tahap ini seluruh proses rangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat dan hasil dari kegiatan tersebut dilaporkan. Langkah ini juga mencakup refleksi kinerja kegiatan yang dilakukan untuk mengumpulkan umpan balik mengenai manfaat dan dampak yang dirasakan UMKM Kelas setelah dilaksanakan pelatihan dan pembinaan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat pendampingan UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim dapat dijelaskan hasil dan luaran program dan dampaknya terhadap perubahan mitra selama pendampingan menghasilkan kemasan kelas yang lebih baik dan mengalami peningkatan yang signifikan terhadap penjualan dari produksi kelas.

Mahasiswa memproduksi kemasan dan logo kelas untuk lebih menarik perhatian konsumen, logo dibuat lalu ditempelkan pada kemasan kelas. Kemasan yang menarik sangat penting agar kosnumen semakin tertarik pada produk yang dipasarkan.

Inovasi dapat dijadikan keunggulan kompetitif bagi pelaku UMKM. Peengemasan sangatlah penting karena kemasan tidak hanya melindungi isi di dalam produk tetapi juga mempunyai efek menyenangkan dan merayu konsumen, Konsumen mendapat manfaat dari layanan pencadangan barang yang dibeli dan dijamin puas dengan produk yang akan menjadi miliknya, sehingga pada akhirnya terhindar dari kejadian taj terduga dalam perjalanan sampai tujuan berkat adanya kemasan (Irawan & Affan, M. W., 2020).

Awalnya kemasan yang digunakan untuk produk kelas hanya menggunakan plastik tipis transparan tanpa adanya logo dan informasi tentang produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat menyarankan agar kemasannya diubah menggunakan plastik ziplock standing pouch agar bisa mengikuti perkembangan zaman dan tren yang ada, sekaligus merebut hati kosnumen. Dengan kemasan yang baik dan menarik diharapkan produk UMKM Kelas ini mampu bersaing di pasar.

Pengemasan (packaging) dan pelabelan (labelling) merupakan dua elemen yang sangat penting dalam suatu produk untuk menarik konsumen. Atas persetujuan pemilik UMKM, kemasan produk kelas diubah menggunakan plastik ziplock standing pouch. Desain kemasan dan logo produk UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muaraenim, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1



Gambar 2. Penggunaan Plastik Ziplock Pada Produk Kelasan

Berdasarkan kegiatan yang telah penulis lakukan di Desa Petanang yaitu strategi branding melalui inovasi desain kemasan memiliki hasil diantaranya yaitu menarik minat pasaran karena desain kemasan menggunakan plastik ziplock standing pouch dianggap praktis, menarik, dan mudah dibawa.

Penggunaan kemasan plastik ziplock standing pouch dinilai memiliki beberapa keunggulan diantaranya:

1. Meningkatkan *shelf life* produk makanan, plastik *ziplock standing pouch* mempunyai fungsi untuk menjaga makanan dari faktor-faktor yang membuat percepatan usia masa simpan.
2. Memberikan kemudahan untuk konsumen, kemasan yang bisa ditutup kembali setelah dibuka adalah salah satu keunggulan plastik *ziplock standup bag*.
3. Meningkatkan nilai produk.

Pelabelan (labelling) juga berpengaruh positif. Informasi seperti merek, bahan baku produk yang digunakan dan penggunaan kata yang mampu menarik minat pembeli tertera pada desain label, hal ini bisa dilihat pada Gambar 2.



Gambar 3. Desain Label Produk Kelasan

Pembuatan label ini menggunakan aplikasi canva yang bisa diakses melalui handphone. Desain dibuat semenarik mungkin namun masih memuat informasi produk yang digambarkan pada logo berupa singkong yang menjadi bahan utama pembuatan kelasan, nama produk serta daerah asal produk juga tak lupa dicantumkan pada logo baru produk kelasan ini.

Daya tarik kemasan dapat dibagi menjadi dua kategori: daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsional). Daya tarik visual mengacu pada tampilan luar kemasan, termasuk elemen grafis. Daya tarik visual sendiri berkaitan dengan faktor emosional dan psikologis manusia. Desain yang baik harus menjadi sesuatu yang secara tidak langsung dianggap secara positif oleh konsumen. Daya tarik praktis (fungsional) adalah epektifitas dan efisiensi kemasan bagi konsumen misalnya saja untuk memudahkan penyimpanan dan penyajian produk.

Fitur sederhana lainnya yang perlu dipertimbangkan termasuk perlindungan produk, kemudahan membuka atau menutup kemasan, porsi yang sama untuk produk makanan/minuman, bisa digunakan kembali (reusable), mudah dibawa, dan memudahkan konsumen untuk menghabiskan isinya.

Dengan bentuk kemasan, fungsi, dan perpaduan warna pada label akan semakin menarik konsumen untuk membeli produk Kelasan Khas Desa Petanang ini. Hal ini mendorong produsen untuk membuat

kemasan produk semenarik mungkin untuk menarik minat konsumen. Konsumen tentunya mempunyai banyak alternatif untuk memilih produk mana yang akan dibelinya, alternatif tersebut didasari oleh citra positif merek produk tersebut.



Gambar 4. Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Dampak program pengabdian masyarakat terhadap program pendampingan UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim kepada mitra jumlahnya sangat besar terkait peningkatan penjualan berdasarkan data bulanan dengan kisaran masa pendampingan selama 41 (empat puluh satu) hari terhitung bulan Juli 2023. Perlu diperhatikan bahwa penyelenggaraan ini melibatkan 12 (dua belas) orang pekerja pada UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim.

SIMPULAN

Kemasan menjadi salah satu solusi untuk menarik perhatian konsumen karena ditujukan langsung kepada konsumen. Seiring berkembangnya zaman dan persaingan yang semakin ketat, fungsi kemasan yang hanya sekedar wadah atau pelindung benda menjadi alat penjualan yang membantu menciptakan image terhadap produk yang dijualnya.

Keinginan untuk memenangkan persaingan dan menguasai pasar mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk. Memang dengan mengalahkan pesaing dan menguasai pasar maka keuntungan perusahaan akan meningkat.

Selain faktor pendukung, terdapat juga faktor penghambat pengembangan produk. Beberapa faktor yang menjadi penghambat pengembangan produk, yaitu: kualitas ide pengembangan produk masih kurang baik. Tingginya biaya proses pengembangan produk. Hal ini mencakup biaya penelitian dan pengembangan yang tinggi serta biaya pemasaran yang tinggi. Kegagalan produk memasuki pasar. Pasar terfragmentasi karena persaingan yang ketat dan banyaknya produk substitusi. Kemampuan usaha kecil dan menengah di Desa Petaling dalam meniru produk yang sukses. Lalu ada pembatasan modal. Ada pembatasan yang dikeluarkan pemerintah. Misalnya, suatu produk harus memenuhi kriteria seperti keselamatan konsumen dan keseimbangan lingkungan.

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian yang diuraikan di atas, pengembangan inovasi yang dicapai pada UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim adalah sebagai berikut:

1. Inovasi dalam pengemasan, kemasan produk UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim menggunakan plastik *ziplock standing bag* dengan varian berat 100gr dan 200gr
2. Pembuatan label/logo, meliputi pembuatan label/logo brand UMKM Kelas. Produk UMKM Kelas Desa Petanang awalnya tidak memiliki logo produk, logo yang baru lebih mengikuti tren yang ada saat ini, yang mencantumkan bahan baku utama yang digunakan, daerah asal produk, dan nama produk, serta menggunakan warna yang lebih menarik yaitu cream dan coklat yang merupakan warna khas singkong sebagai bahan baku utamanya.

SARAN

Masih diperkukan beberapa pengembangan inovasi produk untuk lebih menarik konsumen dan memasarkan produk-produk UMKM Kelas Desa Petanang Kecamatan Lembak Kabupaten Muara Enim untuk memperluas cakupan konsumen

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang sudah memberikan kesehatan kepada penulis sehingga KKNT di Desa Petanang, Muara Enim dapat berjalan dengan baik dan lancar. Kemudian penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua dosen pembimbing lapangan yang telah meluangkan waktu untuk hadir mengunjungi mahasiswa KKNT di Desa Petanang. Tak lupa juga penulis berterimakasih kepada seluruh jajaran pengurus desa dan masyarakat Desa Petanang yang telah menerima kedatangan mahasiswa KKNT dengan sangat baik dan sudah ikut terlibat dalam pelaksanaan KKNT ini sehingga terselenggara nya program ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, O. (2020). Pkm Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2):20-28.
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat*.
- Prakarsa, M. A. W. (2023). Packaging Produk Sebagai Daya Tarik Penjualan (Studi Kasus Produk Umkm Fast Food). *Advis (Journal Of Advertising)*, 1(2).
- Wardani, D. S. D., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pengguna Scarlett Whitening). *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 5(2), 1148-1160.
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi Umkm Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115-120.
- Bisma A, H. (2019). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Dan Hambatan Berpindah Terhadap Loyalitas Pelanggan First Media Di Sidoarjo. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 8(2).
- Litto, V. (2022). Ekuitas Merek Hotel Berbintang Di Jakarta: Peran Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 299-308.
- Dirman, A., & Wahyuni, P. D. (2020). Pelatihan Pengembangan Kreasi Dalam Hal Packaging Produk Sebagai Strategi Marketing Pada Usaha Kecil Dan Menengah Di Kelurahan Kembangan Selatan. *Berdaya: Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 141-150.
- Prameswari, N. S. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industry Sabun Cair. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, Dan Periklanan*, 3(02), 179-198.
- Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M. D., Nadeak, B., & Sormin, E. (2020). Peranan Desain Kemasan Dan Branding Dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *Jurnal Comunita Servizio*, 2(2), 479-485.
- Apriyani, D., Loviriani, S., Amanda, P. F., Putri, A. U., & Lazuarini, S. (2022). Pemanfaatan Olahan Singkong Menjadi Kue Dalam Meningkatkan Kreativitas Masyarakat Di Desa Alai Selatan. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1582-1586.
- Arifudin, O. (2020). Pkm Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2).
- Sari, D. R., Shellamitha, D., Pratama, Y., Hertati, L., Hendarmin, R., Syafri, L., & Munandar, A. (2022). Pkm Pengembangan Produk Lokal Singkong Menjadi Keripik Singkong Rasa Balado Khas Desa Petanang Program Mbkm Kkn Tematik. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 11-19.
- Cristina, N. N., Hertati, L., Syafitri, L., Munandar, A., & Hendarmin, R. (2022). Sosialisasi Manfaat Inovasi Pengolahan Singkong Desa Petanang Serta Fungsi Media Aplikasi Promosi Digital Program Kkn Tematik Mbkm Mahasiswa Universitas Indo Global Mandiri. *Portal Riset Dan Inovasi Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 141-152.
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe Di Desa Sidodadi Asri. *Pakmas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347-353.
- Rioe Chandra, O., Halin, H., & Komariah Hildayanti, S. (2022). Inovasi Kemasan Dan Proses Bisnis Dodol Nanas Di Desa Kemang Kkn Tematik Program Mbkm Mahasiswa Indo Global Mandiri. *Jpm Jurnal Pengabdian Mandiri*, 1(12). [Http://Bajangjournal.Com/Index/Php/Jpm](http://Bajangjournal.Com/Index/Php/Jpm)