

PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BATIK SUJO

Ahmad Zaki Azzuhairi¹, Didik Hariyanto², Agung Winarno³, Agus Hermawan⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Pascasarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang
e-mail: didik.hariyanto.2004138@students.um.ac.id

Abstrak

Menyikapi pesatnya perkembangan usaha kecil dan menengah, diperlukan sebuah strategi untuk membuat suatu produk dapat bertahan dan memiliki daya saing dari produk lain yang serupa. Desain kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran produk karena menggambarkan wajah dari produk itu sendiri. Pengembangan kemasan produk di usaha kecil dan menengah Batik Sujo bertujuan untuk mengembangkan kemasan produk Batik Sujo sehingga lebih baik dan lebih menarik. Metode yang digunakan melibatkan beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut: Observasi dan wawancara serta tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa sosialisasi Program Kegiatan, Tindak Lanjut Program Kegiatan, dan Tahap Evaluasi. Kegiatan pengembangan kemasan produk telah memberikan perubahan dan pembaharuan yang sangat signifikan bagi kemasan, terutama dari bahan kemasan yang terbuat dari kardus dengan didesain khusus sehingga tidak hanya membuat lebih menarik namun didalam kemasan juga diberikan berbagai informasi yang sangat dibutuhkan konsumen, berupa informasi lokasi produksi serta informasi pemesanan. Berdasarkan kondisi tersebut, membuat pengemasan produk Batik Sujo menjadi lebih baik dan memiliki daya saing tinggi.

Kata Kunci: Daya Saing, Kemasan Produk, UKM.

Abstract

Responding to the rapid development of small and medium enterprises, a strategy is needed to make a product survive and be competitive from other similar products. Packaging design has an important role in product marketing because it describes the face of the product itself. The development of product packaging in small and medium-sized businesses Batik Sujo aims to develop Batik Sujo product packaging so that it is better and more attractive. The method used involves several stages as follows: Observation and interviews as well as the stages of implementing service activities in the form of socialization of the Activity Program, Follow-up to the Activity Program, and the Evaluation Stage. Product packaging development activities have provided very significant changes and updates to packaging, especially from packaging materials made of cardboard with a specially designed so that it not only makes it more attractive, but also provides various information that consumers really need, in the form of production location information and information. booking. Based on these conditions, making Batik Sujo product packaging better and has high competitiveness.

Keywords: Competitiveness, Product Packaging, SMEs.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan UMK (Usaha Kecil dan Menengah), diperlukan sebuah strategi untuk membuat produknya dapat bertahan dan memiliki daya tarik bagi konsumen. Terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha karena dapat memberikan dampak besar pada daya saing sebuah produk, salah satunya adalah kemasan (Klimchuk & Krasovec, 2012; Szaky, 2018; Wahyudi & Satriyono, 2017). maka dari itu untuk mendapat perhatian konsumen perlu membuat desain kemasan yang kreatif dan inovatif agar produk tetap mampu bersaing secara ketat dengan para pesaing.

Kemasan merupakan pelindung suatu barang yang di produksi untuk menjaga kualitas produk hingga sampai pada konsumen. kemasan juga diartikan sebagai suatu usaha yang dibagun oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek sehingga dapat mendongkrak penjualan menurut Kotler dan Keller, (2012).

Pada saat ini ide atau kreatifitas sangat dibutuhkan dalam membangun sebuah usaha dan juga untuk meningkatkan penjualan suatu produk lebih baik lagi, seperti halnya memperhatikan kemasan produk agar menarik, sehingga adanya ide kreatif dari pemilik usahan sangat dibutuhkan sehingga hal kemasan yang dirancang dapat menarik konsumen untuk membeli. desain kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, artinya semakin baik kemasan yang ditampilkan oleh perusahaan akan mempengaruhi semakin banyaknya konsumen yang

memutuskan untuk memilih / membeli produk (Aprianti, 2018; Muljani, dkk 2020; Rustiarini, dkk 2021; Darajat dan Siregar, 2021).

Desain kemasan berperan penting dalam pemasaran produk karena menggambarkan wajah dari produk itu sendiri. Desain kemasan juga berfungsi sebagai “silent salesman” yang mampu meningkatkan nilai jual produk (Julianti, 2014) sehingga dengan adanya desain kemasan kreatif dapat membantu meningkatkan nilai jual produk lebih tinggi di pasar.

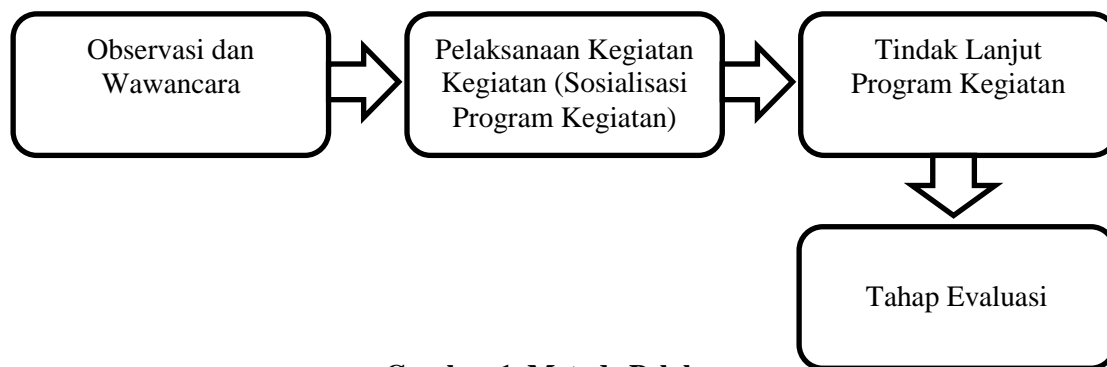
Kemasan produk selalu menjadi permasalahan serius karena menyangkut identitas dari suatu produk. Problem pengemasan juga terjadi pada UMK Batik Sujo yang sering menerima masukan serta komplain dari konsumen. Hal tersebut membuat tim pengabdian untuk melakukan pendampingan dalam mengembangkan dan memperbaharui kemasan produk Batik Sujo.

UKM Batik Sujo merupakan salah satu UKM binaan Universitas Negeri Malang yang berlokasi di Desa Sumberejo, Kecamatan Gedangan, Kabupaten Malang, Propinsi Jawa Timur. UKM Batik Sujo berdiri pada tanggal 09 bulan September 2020. Ukm ini bergerak di bidang industri kain batik khas Sujo, adapun jenis kain batik yang di produksi diantaranya: Batik Tulis, Batik Cap dan Batik Kriwil. Usaha produksi batik ini beranggotakan 9 ibu-ibu yang didelegasi dari setiap dusun di Desa Sumberejo.

Pengemasan produk batik sujo saat ini masih menggunakan bahan plastik polos sehingga sebagian konsumen komplain mengenai pengemasannya. Menurut konsumen pengemasan produk tersebut masih kurang baik karena menggunakan plastik kiloan dan belum ada merek dagangnya. Hal itu membuat produk batik sujo tidak cocok ketika dijadikan sebagai hadiah untuk orang lain. Konsumen juga menyayangkan pengemasan produk tersebut karena belum memiliki keunikan yang mencerminkan identitas dari batik sujo, keseriusan dalam memasarkan produk serta belum memberikan informasi cukup kepada konsumen tentang produk. Kemasan produk harus dibuat seunik mungkin agar berbeda dari produk lain serta menambah daya tarik bagi konsumen untuk membeli produk dan menjadi identitas produk (Erlyana, 2019).

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat Universitas Negeri Malang di UKM Batik Sujo adalah untuk mengembangkan kemasan produk Batik Sujo sehingga lebih baik dan lebih menarik.

METODE



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

Keterangan Kegiatan:

1. **Observasi dan wawancara:**
Tahap ini tim melakukan kunjungan ke lokasi yang bertujuan untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang terjadi di UMKM Batik Sujo
2. **Pelaksanaan kegiatan (Sosialisasi Program Kegiatan):**
Tahap ini dilakukan untuk mempresentasikan serta menginformasikan tentang rancangan Program Kegiatan yang disusun/ dibuat oleh tim pada pengurus serta anggota UKM Batik Sujo.
3. **Tindak Lanjut Program Kegiatan:**
Tahap ini dilakukan sebagai bentuk eksekusi dari pengembangan kemasan yang dirancang tim pengabdian.
4. **Tahap Evaluasi:**
Tahap ini dilakukan sebagai mengukur keberhasilan program kegiatan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Selanjutnya, beracuan pada target yang sudah ditentukan penulis akan menyampaikan laporan hasil dari pengabdian ini berdasarkan metode yang digunakan pada pengabdian meliputi beberapa tahap yaitu:

1. Observasi

Pada tahap ini tim melakukan kunjungan ke lokasi pengabdian untuk menganalisis permasalahan-permasalahan yang terjadi melalui narasumber yang bersentuhan langsung dengan kegiatan operasional dari UMK. pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek tertentu (Widoyoko, 2014). Hasil dari observasi yang dilakukan dijadikan sebagai dasar penyusunan program kegiatan yang akan dilakukan tim pengabdian untuk menyelesaikan problem-problem yang terjadi.

Tim pembinaan membuat rancangan program yang berisi beberapa kegiatan yang akan dilakukan sebagai wujud mengimplementasikan strategi untuk menyelesaikan permasalahan UMK.

Wawancara mendalam dilakukan secara langsung dengan narasumber dalam rangka memahami serta mendalami suatu permasalahan yang benar-benar terjadi dilapangan. wawancara mendalam (in-depth interview), dilakukan untuk menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya jawab secara bebas tanpa pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya sehingga suasananya hidup, dan dilakukan berkali kali (Ruhardjo.2011).

2. Sosialisasi Program Kegiatan

Pada tahap ini tim melakukan kunjungan dengan membawa serta mempresentasikan rancangan Program Kegiatan yang disusun/ dibuat oleh tim pada pengurus serta anggota UKM Batik Sujo, untuk memberikan informasi tentang kegiatan apa saja yang akan dilakukan sebagai solusi dari problem-problem yang terjadi. Subali, dkk (2020) mengungkapkan bahwa kegiatan sosialisasi memiliki tujuan memberikan info atau berita tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan program kegiatan yang akan dijalankan oleh Tim Pengabdi. Adapun kegiatan yang menjadi fokus dari tim karena dianggap sangat urgen untuk dilakukan, kegiatan tersebut adalah Pengembangan Kemasan

Pengembangan kemasan yang di maksud adalah membuat desain kemasan yang baru. Hal tersebut perlu dilakukan karena saat ini kemasan batik sujo masih berupa plastik saja yang belakangan ini membuat adanya kesan yang kurang baik dari konsumen, Adanya kemasan baru tersebut diharapkan dapat membantu untuk meningkatkan daya saing produk sehingga mendapatkan kesan yang positif dari konsumen.

Desain kemasan disesuaikan dengan hasil diskusi bersama dengan dengan pihak terkait agar desain kemasan sesuai dengan apa yang diinginkan.

3. Tindak Lanjut Program Kegiatan

Pengembangan kemasan dilakukan karena kurang menariknya pengemasan produk sebelumnya. Tim memberikan rancangan atau sketsa pada pengurus Batik sujo terkait kemasan produk UKM Batik Sujo yang telah dibuat serta telah mencari beberapa tempat yang dapat bekerjasama dalam membuat kemasan. Adapun sketa atau rancangan yang telah kami buat adalah desain kemasan, kartu ucapan terimakasih, serta segel khusus kemasan.

Tabel 1. Perbedaan kemasan lama dan kemasan baru

No	Perbedaan	Kemasan Lama	Kemasan Baru
01	Packing	Plastik	Box
02	Segel Packing	Solasi	Stiker
03	Ucapan terima kasih	Tidak ada	Ada
04	Informasi Lokasi Produksi	Tidak ada	Ada
05	Informasi Pemesanan Ulang	Tidak ada	Ada
06	Label	Kertas Karton	Kertas Stiker



Gambar 2. Rancangan Desain kemasan.

4. Tahap Evaluasi

Evaluasi dilakukan dengan cara berdiskusi mengenai desain serta konsep pengemasan produk yang dibuat oleh tim pengabdian. Hal ini dilakukan untuk menentukan apakah desain yang dibuat sudah sesuai dengan yang diinginkan oleh pengurus dan anggota UKM Batik Sujo atau masih terdapat perbaikan. Evaluasi merupakan kegiatan yang terencana untuk mengetahui keadaan objek dengan menggunakan instrumen dan hasilnya dibandingkan dengan tolok ukur untuk memperoleh kesimpulan (Thoah, 2005). dengan adanya Evaluasi menjadi tolak ukur dari rancangan desain serta konsep pengemasan apakah sudah layak diimplementasikan.

Pemesanan box serta perlengkapan lainnya dilakukan atas persetujuan dari pihak UKM. Tim pengabdian datang secara langsung ke Galeria Kemasan yang berlokasi di Jl. Mertojoyo Blok Blok: I No.12, Merjosari, Kecamatan Lowokwaru Kota Malang. Untuk melakukan pemesanan Box. selanjutnya dilakukan penyerahan kemasan produk yang sudah jadi kepada UKM Batik Sujo untuk dipergunakan sesuai fungsinya.

5. Indikator Keberhasilan

Berikut ini adalah perubahan yang terjadi setelah dilakukan pengembangan kemasan produk sebagai bentuk dari keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan oleh Tim Pengabdian. Untuk meningkatkan daya saing produk batik sujo melalui perubahan kemasan.

Tabel 2. Perubahan kemasan setelah dilakukan kegiatan pengabdian

No	Keterangan	Sebelum kegiatan	Sesudah kegiatan
01	Pengemasan produk	Produk masih dikemas dengan plastik biasa serta segel solasi yang membuat kemasan produk terlihat biasa saja	produk sudah dikemas dengan menggunakan box serta segel menggunakan stiker yang membuat lebih menarik dan elegan.
02	Kelengkapan dalam kemasan	Pengemasan hanya dilengkapi label saja	Pengemasan dilengkapi adanya stiker ucapan terima kasih, informasi lokasi produksi, informasi pemesanan, label produk dan segel.



Gambar 3. Kemasan Sebelum Pengembangan



Gambar 4. Kemasan Sesudah Pengembangan

Dampak dilakukannya pengembangan kemasan yaitu Kemasan yang baru dapat memberikan nilai tambah bagi produk, memberikan kesan positif terhadap konsumen sebab produk sudah dikemas dengan menggunakan box serta segel stiker yang membuat lebih menarik dan elegan, kemasan baru juga dapat melindungi dan menjaga produk agar dalam keadaan baik.

Rekomendasi kedepan bagi tim pengabdian selanjutnya yaitu untuk meningkatkan penjualan produk dari segi pemasaran, baik pemasaran online atau offline serta menjalin kerja sama dengan pihak lain (Pusat Batik). Bagi UMK Batik Sujo yaitu untuk menjaga kualitas produk, pengemasan serta pengelolaan marketplace yang sudah ada.

SIMPULAN

Pengembangan kemasan Produk UKM Batik Sujo merupakan salah satu program kegiatan pengabdian Universitas Negeri Malang. Pemilihan program kerja tersebut didasarkan atas pertimbangan mengenai potensi desa Sumberejo berupa Kain Batik, kegiatan pengembangan kemasan produk telah memberikan perubahan serta pembaharuan bagi kemasan, terutama dari bahan kemasan yang terbuat dari kardus dengan didesain khusus sehingga tidak hanya membuat kemasannya lebih menarik namun, didalam kemasannya juga diberikan berbagai informasi yang sangat dibutuhkan konsumen, berupa informasi lokasi produksi serta informasi pemesanan. berdasarkan kondisi tersebut, membuat pengemasan produk UKM batik sujo menjadi lebih baik dan memiliki daya saing.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, yang diharapkan dapat memberikan masukan pemikiran yang digunakan sebagai usaha untuk menambah ilmu pengetahuan dalam bidang pendidikan, khususnya dalam pengembangan Kemasan, saran yang dapat peneliti sumbangkan sebagai berikut:

1. **Teoritis**, Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan saran yang sangat besar terhadap Kajian Ilmiah selanjutnya dalam meningkatkan penjualan Produk dari segi pemasaran, baik pemasaran online atau offline serta menjalin kerja sama dengan pihak lain (Pusat Batik).
2. **Praktis**, saran untuk UMK Batik Sujo yaitu untuk menjaga kualitas produk, pengemasan serta pengelolaan marketplace yang sudah ada.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada UMK Batik Sujo karena sudah diberikan kesempatan untuk kami Kelompok 10 (Tim Pengabdian) Pascasarjana Program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Malang untuk melakukan pengabdian di UMK Batik Sujo desa Sumberejo Kecamatan Gedangan. Selanjutnya kami ucapkan terima kasih terhadap Dosen pengampu yang telah memberikan bimbingan terhadap tim pengabdian untuk melakukan pembinaan UMK dan Terimakasih juga atas semua Pihak yang terlibat dalam kegiatan Pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Jurnal Sosio e-kons*. 10(1), 20-27.
- Darajat, T. M., & Siregar, J. H. (2021). Pendampingan Desain Kemasan bagi Warga Kelurahan Pulau Untung Jawa, Kecamatan Kepulauan Seribu. *In Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ*. 1(1), 1-8.
- Erlyana, Y. (2019). Pengaruh Desain Kemasan Produk Lokal Terhadap Minat Beli Menggunakan Model VIEW: Studi Kasus Keripik Maicih. *In Prosiding Seminar Nasional Desain dan Arsitektur (SENADA)*. 2, 302–308
- Julianti, S. (2014). *The Art Of Packaging*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2012). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf (2nd ed.)*. New Jersey: Wiley
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Muljani, N., Arini, A., Suhartatik, A., Lindawati, T., & Nagel, P. J. F. (2020). Pentingnya Merek Dan Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk Dari Usaha Mikro Dan Kecil. *PeKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 3(2), 53-64.
- Rahardjo, M. (2011). Metode pengumpulan data penelitian kualitatif, Reseach Repository UIN Malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/1123/>.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Kemasan Dupa Yang Ekonomis Dan Ramah Lingkungan. *JMM: Jurnal Masyarakat Mandiri*. 5(4), 1808-1817.
- Subali, M. A. P., Sugiarta, I. G. R. A., & Akbar, A. F. (2020). Peningkatan Kuantitas dan Kualitas Produksi Kerupuk Basa di Desa Jegu, Kabupaten Tabanan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 4(4), 730–736.
- Szaky, T. (2018). *The Future of Packaging: From Linear to Circular*. Oakland: BerrettKoehler Publishers.
- Thoha, M. C. (2005). *Teknik Evaluasi Pendidikan*. PT. raja Grafindo : Jakarta
- Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar