

MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM MELALUI BRANDING DAN PACKAGING KREATIF DI ERA NEW NORMAL.

Andrian Firdaus Yusuf Al Qordhowi¹, Judiono², Sudarso³

^{1,2,3} Universitas Sunan Giri Surabaya

e-mail: yusuf.ardian16@gmail.com¹, juduliono@gmail.com², sudarsokaira@gmail.com³

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah pengabdian mahasiswa yang bertujuan memberdayakan masyarakat. Program KKN di Pasar Legi, Klaten, Jawa Tengah, fokus pada peningkatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor jajanan tradisional. Selama pandemi COVID-19, UMKM menghadapi penurunan pengunjung dan kesulitan pemasaran produk. Untuk itu, kegiatan KKN ini dirancang untuk membantu UMKM melalui strategi branding dan packaging yang efektif. Kegiatan ini mencakup analisis kebutuhan UMKM, pelatihan desain kemasan menarik, serta pengembangan strategi pemasaran yang sesuai dengan kondisi new normal. Pelaku UMKM diberikan pengetahuan tentang pentingnya branding dan kemasan yang dapat meningkatkan daya tarik produk. Hasil dari kegiatan KKN menunjukkan bahwa penerapan branding dan packaging yang kreatif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan minat beli konsumen. UMKM di Pasar Legi berhasil meningkatkan visibilitas produk dan menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Program ini tidak hanya membantu UMKM beradaptasi dengan tantangan baru, tetapi juga dapat menjadi model pemberdayaan yang efektif dalam menghadapi dinamika global dan lokal.

Kata kunci: UMKM, Jajanan Tradisional, Pemberdayaan Masyarakat, New Normal

Abstract

Real Work Lectures (KKN) is a student service that aims to empower the community. The KKN program at Pasar Legi, Klaten, Central Java, focuses on increasing the competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in the field of traditional snacks. During the COVID-19 pandemic, MSMEs faced a decline in visitors and difficulties in marketing their products. For this reason, this KKN activity is designed to help MSMEs through effective branding and packaging strategies. These activities include analyzing the needs of MSMEs, training on attractive packaging designs, as well as preparing marketing strategies that suit the new normal conditions. MSME players are given knowledge about the importance of branding and packaging which can increase product attractiveness. The results of KKN activities show that the application of creative branding and packaging makes a significant contribution to increasing consumer buying interest. MSMEs in Legi Market have succeeded in increasing product visibility and adapting to market changes. This program not only helps MSMEs adapt to new challenges, but can also be an effective empowerment model in facing global and local dynamics.

Keywords: MSMEs, Traditional Snacks, Community Empowerment, New Normal

PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang bersifat khusus, karena dalam KKN darma pendidikan dan pengajaran, penelitian serta pengabdian kepada masyarakat dipadukan kedalamnya dan melibatkan sejumlah mahasiswa dan sejumlah staf pengajar ditambah unsur masyarakat. Fida (1997:1) menyatakan bahwa “KKN adalah salah satu bentuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh Perguruan Tinggi yang dilakukan oleh mahasiswanya dibawah bimbingan dosen dan pimpinan pemerintah daerah.

Kuliah Kerja Nyata (KKN) Pemberdayaan masyarakat tangguh di era new normal adalah program pengabdian guna membentuk kepedulian dalam memberdayakan dan mengedukasi masyarakat untuk bersikap tangguh dalam membangun ekonomi masyarakat di era new normal, pasca Covid-19 dengan tetap mematuhi protokol kesehatan covid yaitu menjaga jarak fisik (Physical Distancing) dan memakai masker. Mahasiswa yang mengikuti program KKN dibimbing oleh dosen pembimbing lapangan (DPL) yang proses pembimbingan dan monitoring menggunakan sistem daring dan juga tatap muka dan juga ikut terjun langsung ke masyarakat sasaran.

Pelaksanaan kegiatan KKN Pemberdayaan masyarakat tangguh di era new normal yaitu di Rt 13 Rw 04 Dusun Ketawang Desa Jogosatru. Desa Jogosatru adalah desa di Kecamatan Sukodono

Sidoarjo, Jawa Timur. Pelaksanaan kegiatan KKN Pemberdayaan masyarakat tangguh di era new normal dilaksanakan di Dusun Ketawang Desa Jogosatru karena lokasi KKN merupakan daerah yang mempunyai UMKM terbanyak di Kecamatan Sukodono dan yang terdampak Covid-19. Yaitu UMKM atau pelaku usaha dibidang jajanan tradisional Pasar legi, Sesuai tema KKN yaitu Pemberdayaan masyarakat tangguh di era new normal.

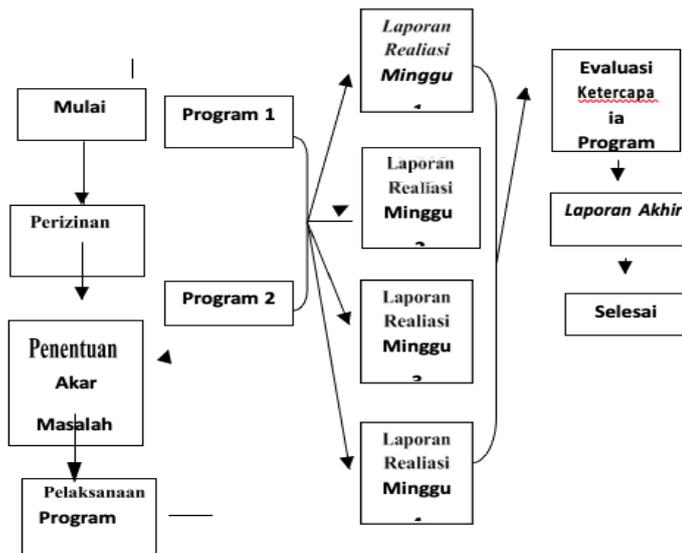
METODE

Alat Yang Digunakan



Gambar 1. macam-macam packaging dan branding

Alur Kegiatan



Gambar 2. alur kegiatan

Alur Kegiatan

1. Perizinan KKN: Meenemui Kepala Desa Jogosatru sekaligus menemui Ketua RT.13 RW.04
2. Penentuan Akar Masalah : Dilakukan dengan observasi dilapangan untuk mengetahui kondisi Desa Jogosaatru RT.13 RW.04
3. Pelaksanaan Program : Pemberian pemahaman tentang Branding Dan Packaging
 - a. Program 1 : Sosialisasi terkait pentingnya Branding Dan Packaging
 - b. Program 2 : Sosialisasi terkait macam-macam Packaging
4. Menyusun laporan realisasi : Laporan ini berisi tentang progres lapangan
5. Evaluasi Ketercapaian Program : Dilakukan dengan cara memberikan Kuesioner pada masyarakat sasaran
6. Laporan Akhir : Menyusun laporan akhir

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uraian Pelaksanaan Kegiatan

Tabel Kegiatan 1

| | |
|--------------------------------|---|
| Kegiatan | Survei lokasi dan pelaku usaha |
| Lokasi dan tanggal pelaksanaan | Lokasi : Dusun Ketawang Desa Jogosatru Tgl : 2-07 Agustus 2021 |
| Sasaran | Pelaku usaha jajanan tradisional pasar jumat legi Jogosatru |
| Metode | Mendatangi langsung lokasi pasar legi |
| Capaian dan respon | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatka informasi Seputar UMKM jajanan tradisional pasar legi 2. Respon berupa antusias positif dari pemerintah desa dan masyarakat terhadap peserta KKN UNSURI |
| Kendala dan solusi | <ol style="list-style-type: none"> 2.2.1 Adanya peraturan PPKM sehingga membatasi kami untuk berkomunikasi secara langsung 2.2.2 Aktifitas pasar yang hanya buka pada hari jum'at legi |
| Faktor pendorong | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan media grup WA sehingga dapat berkomunikasi tanpa melalukan tatap muka secara offline 2. Mengunjungi sasaran lokasi yg dituju dan mengamati lokasi sekitar |
| Rekomendasi | Ditentukan tema tertentu setiap minggunya |
| Dokumentasai |  |

Tabel Kegiatan 2

| | |
|--------------------------------|--|
| Kegiatan | Analisa data pelaku usaha |
| Lokasi dan tanggal pelaksanaan | Lokasi : Dusun Ketawang Desa Jogosatru Tgl : 8-13 Agustus 2021 |
| Sasaran | Pelaku usaha jajanan pasar legi |
| Metode | Mendatangi langsung lokasi dan Mengalisesemua potensi yang ada di pasar legi |

| | |
|--------------------|---|
| Capaian dan respon | <ol style="list-style-type: none"> 1. Mendapatkan informasi semua analisadata yang ada di pasar legi 2. Respon berupa antusias positif dari pelaku usaha terhadap peserta KKN UNSURI |
| Kendala dan solusi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Banyak pelaku usaha yang terkendalawaktu dan lokasi pelatihan Solusi Menemui Bu RT dan ketua karang taruna untuk koordinsi terkaitwaktu dan lokasi pelatihan 2. Pembungkus makanan tradisional masihmanual, tidak rapi Solusi Mengadakan sosialisasi dan pelatihan Branding Packaging |
| Faktor pendorong | Banyaknya pelaku usaha yang belum mengerti pentingnya packaging dalamperdagangan |
| Rekomendasi | Sosialisasi diadakan dirumah bu Rt 13 Rw 04 |
| Dokumentasi |  |

Tabel Kegiatan 3

| | |
|--------------------------------|--|
| Kegiatan | Tahapan persiapan Sosialisasi |
| Lokasi dan tanggal pelaksanaan | Lokasi : Desa Jogosatru Tgl : 13-21 Agustus 2021 |
| Sasaran | RT 13 Rw 04 Dusun Ketawang Desa Jogosatru |
| Metode | <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjaring UMKM sasaran 2. Persiapan materi 3. Pembelian Bahan 4. Perakitan macam-macam Packaging |
| Capaian dan respon | Pembelian macam-macam Packaging |

| | |
|--------------------|--|
| Kendala dan solusi | 1. Kesulitan mencari bentuk ukuran dan bahan yang pas untuk Packaging jajanan tradisional. Solusi Bepindah dari satu toko ke toko lain untuk mencari dan membeli macam-macam packaging yang pas untuk Packaging jajanan tradisional. |
| Faktor pendorong | Banyaknya pelaku usaha yang belum mengerticara-cara packaging yang menarik |
| Rekomendasi | Pembagian macam-macam packaging |
| Dokumentasi |  |

Tabel Kegiatan 4

| | |
|--------------------------------|--|
| Kegiatan | Tahapan sosialisasi dan evaluasi |
| Lokasi dan tanggal pelaksanaan | Lokasi : Dusun Ketawang Desa Jogosatru Tgl : 22-31 Agustus 2021 |
| Sasaran | UMKM di Rt 13 Rw 04 Dusun Ketawang Desa Jogosatru |
| Metode | 1. Mengadakan sosialisasi 2. Memberikan Kuisisioner |
| Capaian dan respon | 1. Peserta sosialisasi memenuhi target 2. Materi di praktekan di UMKM peserta sosialisasi |

| | |
|--------------------|--|
| Kendala dan solusi | <ol style="list-style-type: none"> 1. Ada beberapa pelaku usaha yang tidak datang karena ada kesibukan yang lain Solusi Melakukan kegiatan sosialisasi dengan pelaku usaha yang bisa hadir 2. Menemukan kesulitan dalam menentukan branding yang akan digunakan Solusi Memberikan saran dan pemahaman secara detail terhadap branding yang akan digunakan 3. Ada beberapa pelaku usaha yang masih menggunakan packaging tradisional Solusi Memberikan saran dan pengetahuan terkait standart packaging yang efisien |
| Faktor pendorong | Branding dan Packaging menarik minat pembeli |
| Rekomendasi | Dilakukan evaluasi berulang-ulang |
| Dokumentasi |  |

Hasil-Hasil

Hasil – hasil yang telah dicapai pada kegiatan KKN yang dilakukan pada tempat yang telah ditentukan sebelumnya. Dalam hasil yang dicapai yakni ada beberapa sebagai berikut :

1. Tanggapan saya selaku pelaku usaha jajanan pasar legi mengenai sosialisasi yang dilaksanakan mahasiswa KKN Unsuri di Desa Jogosatru secara umum sangat bermanfaat karena dengan adanya sosialisasi kami menjadi tau pentingnya Branding terutama packaging dalam dunia perdagangan (Jawab ibu Masna)
2. Manfaat kami rasakan dengan adanya sosialisasi yang dilaksanakan mahasiswa KKN Unsuri adalah kami memperoleh pemahaman mengenai penting nya pengemasan dalam dunia pemasaran (Jawab ibu Endang)
3. Manfaat yang saya rasakan dalam mempelajari dan mempraktekkan packaging dalam produk jajanan pasar legi banyak sekali, dari minat pembeli semakin banyak, keamanan jajanan serta higeinis (jawab ibu Suwaidah)
4. Dampak yang kami rasakan dalam mempraktekkan packaging dalam pengemasan produk jajanan pasar legi kalau dari segi positif bentuknya lebih menarik, membungkusnya lebih praktis, kalau dari segi negatif harga pembungkusnya mahal, akhirnya kami menaikkan harga, dan apa bila harga tidak dinaikkan maka isinya yang kita kurangi (jawab ibu Sri)
5. Kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa dalam KKN ini sangat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha jajanan pasar legi (jawab ibu mahmudah)
6. Penilaian saya tentang interaksi sosial mahasiswa dengan masyarakat Sangat baik, mereka bahkan membantu kami dalam acara tasyakur malam 17 agustus kemarin (jawab ibu Nur Choiriyah)
7. Penilaian kami tentang kegiatan yang dilaksanakan oleh mahasiswa itu sangat baik dan sangat membantu kami dalam UMKM kami (jawab ibu Khamima)
8. Penilaian kami secara umum tentang pelaksanaan KKN 2021 oleh mahasiswa sukses karena sesuai dengan rencana kerja mereka, dan ditrapkan langsung ke masyarakat sasaran (jawab ibu Kholisna)

9. Tanggapan kami, sangat perlu dilanjutkan KKN untuk tahun 2022 mendatang di lokasi ini dan memberikan program kerja yang lebih menarik lagi untuk mensukseskan UMKM jajanan tradisional pasar legi (jawab ibu Imroatul muniroh)
10. Yang sangat dibutuhkan oleh masyarakat dalam KKN ini sebenarnya adalah Pembinaan sumber daya manusia (SDM) seperti pendidikan, pelatihan dan penyuluhan agar desa jogosatru ini terhindar dari pengangguran (jawab ibu Luluk)

Temuan Potensi

Dalam temuan potensi yang ditemukan, sudah mulai banyak UMKM yang menerapkan Branding dan Packaging dalam produk jajanan mereka, setelah di sosialisasikan oleh peserta KKN UNSURI namun belum 100 % orang yang melakukan kegiatan tersebut hanya 60 % saja dikarenakan masih banyak pemikiran tradisional mereka yg lebih cepat dan praktis serta hemat dengan menggunakan pembungkus daun pisang dan koran tanpa lihat resiko dikemudiannya.

SIMPULAN

Dalam kesimpulan ditarik dari beberapa bab diatas bahwasanya:

1. Pandangan pelaku UMKM terhadap Branding dan Packaging tidak penting untuk prodak jajanan tradisional pasar legi.
2. Pandangan pelaku UMKM terkait Packaging msh tradisional, memilih yg murah, praktis dan cepat, tanpa memikirkan kualitas Packagingnya.
3. Dalam upaya merubah sudut pandang pelaku UMKM saya membagikan macam-macam Packaging dan mengajari mereka kreatifitas Packaging yang menarik.

SARAN

1. Peningkatan Pelatihan Kemasan: Adakan pelatihan lebih intensif terkait desain kemasan modern dan ramah lingkungan.
2. Fasilitasi Akses Bahan Kemasan: Kerja sama dengan supplier kemasan untuk memudahkan UMKM memperoleh bahan yang sesuai.
3. Pemasaran Digital: Berikan pelatihan branding digital, penggunaan media sosial, dan platform e-commerce untuk pemasaran produk.
4. Inovasi Desain Kemasan: Latih pelaku UMKM untuk membuat desain kemasan yang lebih kreatif dan menarik.
5. Evaluasi Berkala: Lakukan evaluasi rutin untuk mengukur keberhasilan program dan dampaknya terhadap UMKM.
6. Pemberdayaan SDM Lokal: Fokus pada pelatihan manajemen bisnis dan kebersihan produk untuk meningkatkan kualitas dan daya saing.
7. Perluasan Sosialisasi: Perluas jangkauan sosialisasi untuk pelaku UMKM yang belum mendapat pelatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada instansi yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan pengabdian ini. Tanpa bantuan tersebut, kegiatan ini tidak akan terlaksana dengan baik. Dukungan yang diberikan sangat berarti dalam memperkuat keberhasilan program ini dan memberikan dampak positif bagi masyarakat yang menjadi sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Buku pedoman Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) UNSURI 2022
Pedoman Akademik Universitas Sunan Giri Surabaya. 2022.
Pedoman Monitoring dan Evaluasi KKN 2022 Universitas Sunan Giri Surabaya 2022
Presedur Operasional standar Monitoring dan Evaluasi KKN 2021 Universitas Sunan Giri Surabaya 2021
Pedoman Buku KKN Tahun 2020 Universitas Sunan Giri "Mitigasi Bencana Pandemi Covid-19 Berbasis Karifan Masyarakat Lokal
RPJMDes Jogosatru 2017
(Diunduh pada tanggal 1 Agustus 2021)
IDM Jogosatru 2020

(Diunduh pada tanggal 1 Agustus 2022)

New Normal, Pemberdayaan Masyarakat | Baladena.ID

(Diunduh pada tanggal 1 September 2022)

(101) Cara Membuat Takir Dari Daun Pisang Yang Sangat Mudah - YouTube (Diunduh pada tanggal 10 Agustus 2022)

(101) CARA MELIPAT BUNGKUS NASI KEKINIAN - YouTube

(Diunduh pada tanggal 10 Agustus 2023) Buku pedoman KKN unsuri tahun 2023

Andrian Firdaus Yusuf, Zain Alwi Arafat, *Community Development Journal*, Vol.4 No.2 Juni 2023, Hal. 5395-5404, Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelatihan Bioentrepreneurship Penerapan Penanaman Dengan Menggunakan Teknik Kokedama Di Desa Janti Waru Kabupaten Sidoarjo

Kaplan, A., & Haenlein, M. (2019). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business Horizons*. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>

Floreddu, P. B., & Cabiddu, F. (2016). Social Media Communication Strategies. *Journal of Services Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JSM-01-2015-0036>