

PENINGKATAN PRODUK UKM MELALUI PELATIHAN *PACKAGING*

Yulistina¹, Dewi Silvia², Nur Salma³, Meita Sekar Sari⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Bisnis, Universitas Mitra Indonesia

e-mail: yulistina@umitra.ac.id¹, dewisilvia@umitra.ac.id², salma@umitra.ac.id³, meita@umitra.ac.id⁴

Abstrak

Kemasan produk berfungsi sebagai elemen branding, berfungsi sebagai identifikasi yang diberlakukan oleh pengusaha pada barang yang diproduksi. Kemasan sangat penting dan harus diperhatikan oleh setiap pelaku UMKM. Kemasan yang menarik tidak hanya memikat konsumen tetapi juga meningkatkan keberhasilan pasar produk. Teknik pengabdian masyarakat yang diterapkan adalah penyuluhan dan pelatihan. Pendekatan pelatihan berkaitan dengan proses peningkatan kemasan produk dengan memasukkan informasi produk yang relevan. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan selaras dengan tuntutan masyarakat desa Pinang Jaya. Kesesuaian materi yang diberikan diharapkan dapat bertahan untuk inisiatif pengabdian masyarakat yang berkepanjangan, sehingga memastikan keberlanjutan untuk meningkatkan potensi saat ini, menambah produk, dan meningkatkan omzet penjualan UMKM di desa Pinang Jaya.

Kata kunci: Kemasan, Desain Kemasan, Peningkatan Produk

Abstract

Product packaging is one part of a brand, which is a mark worn by entrepreneurs on the goods they produce as a sign of identification (branding). Packaging is important and must be paid attention to by every MSME player. Through attractive packaging, it not only attracts consumers but also supports the product's success in the market. The method for implementing community service is the counseling and training method. The training method is related to the practice of making attractive product packaging by adding some product information to the packaging. So it can be concluded that the service activities carried out are in accordance with the needs of the Pinang Jaya village community. The suitability of the material provided is expected to continue for long-term service activities, so that there will be sustainability to increase existing potential and can improve products and will increase the sales turnover of MSMEs in Pinang village victorious

Keywords: Packaging, Packaging Design, Product Improvement

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang dikenal sebagai UMKM, adalah klasifikasi usaha yang dimiliki dan/atau dioperasikan oleh orang atau badan usaha. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah dengan menciptakan lapangan kerja dan merangsang kegiatan ekonomi dalam negeri. UMKM memegang peranan penting dan mendasar dalam menopang siklus perekonomian, yang secara langsung memengaruhi pendapatan dan kehidupan masyarakat.

Produk UMKM yang memiliki potensi menjanjikan di masa mendatang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia adalah produk yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Industri makanan dan minuman saat ini sedang menjadi tren dan diminati oleh semua kalangan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor ini telah menjamur dalam beberapa tahun terakhir, sehingga membutuhkan ciri, sifat, atau identitas yang khas yang terkait dengan produk untuk mempertahankan daya saing. Kemasan merupakan faktor penting dalam suatu produk. Di era globalisasi saat ini, kemasan sangatlah penting karena kemasan secara inheren terhubung dengan produk yang dikemas dan sekaligus mewujudkan nilai dan citra barang tersebut. Harga jual akan meningkat jika produk disempurnakan dengan kemasan yang menarik. Penampilan produk memengaruhi persepsi konsumen, yang dapat ditingkatkan dengan kemasan yang tepat, sehingga menumbuhkan kesan positif. Meningkatkan *packaging* merupakan pilihan yang tepat dalam proses pemasaran produk.

Packaging merupakan suatu proses yang meliputi kegiatan desain dan produksi. Tujuan utama pengemasan adalah untuk menjaga keamanan produk, sehingga kualitasnya tetap terjaga (Kotler, Armstrong, 2012). Selain itu, pengemasan yang efektif diyakini dapat meningkatkan ekuitas merek dan merangsang penjualan (Kotler, 2014). Kemasan memiliki tujuan dan fungsi tertentu dalam penyajian

produk, yaitu: 1) Meningkatkan daya tarik estetika produk melalui kemasan yang sesuai dengan kategorinya. Menjamin keamanan produk untuk mencegah kerusakan selama dipajang di toko. Menjamin keamanan produk selama pendistribusian. 4) Menyebarluaskan informasi produk kepada konsumen melalui pelabelan. 5) Hasil dari desain produk yang secara visual mewakili produk (Wijayanti.2012). Johan dan Ostrom menegaskan bahwa variabel desain kemasan terdiri dari tiga dimensi: desain grafis, desain struktural, dan informasi produk.

Packaging produk merupakan salah satu komponen merek, yang berfungsi sebagai penanda khas yang diberikan oleh pengusaha pada barang produksi untuk tujuan identifikasi (*branding*). Kemasan merupakan hal yang penting dan harus diperhatikan oleh setiap pelaku UMKM. Kualitas produk harus dinilai dengan kesadaran bahwa kemasan berfungsi sebagai pelindung fisik sekaligus alat komunikasi visual yang memengaruhi persepsi pelanggan, meningkatkan daya tarik estetika, dan meningkatkan pengalaman konsumen. Kemasan yang menarik tidak hanya memikat orang, tetapi juga meningkatkan keberhasilan produk di pasaran. Keberadaan UMKM Saat ini sudah sangat banyak dan tersebar, Salah satunya adalah UMKM di Desa Pinang Jaya, Pinang Jaya merupakan kelurahan yang memiliki potensi akan hasil perkebunan, dan UMKM. terdapat produk UMKM yang terkenal dari pinang jaya seperti batik tulis, kain batik Serta Produk makanan seperti emping melinjo yang menjadi ciri khas daerah tersebut, kue tradisional, aneka Keripik pisang, Kopi dan lain-lain.

Desa pinang jaya banyak sekali tumbuh tanaman melinjo dan kopi yang mana banyak sekali pengrajin emping melinjo. Salah satu UMKM di pinang jaya yang mengolah emping melinjo yaitu UMKM Berkah, selain menjual emping mentah, UMKM Berkah juga mengolah emping melinjo yang telah digoreng akan tetapi pengolahan selama ini masih dilakukan secara tradisional emping di goreng ditiriskan dan dikemas, pengeringan belum menggunakan metode *vakum frying* sehingga produk tidak tahan lama karena masih mengandung minyak yang menyebabkan menjadi tengik. Selain itu juga *packaging* masih menggunakan *plastic propilen* (PP).



Gambar 1. *packaging* emping melinjo

Hasil wawancara dengan UMKM menunjukkan bahwa salah satu kendala utama bagi mitra adalah daya saing produk mereka di pasaran yang masih kurang. Hal ini antara lain disebabkan oleh kemasan yang digunakan saat ini masih sederhana, terbatasnya variasi produk, dan kurangnya pemahaman anggota tentang strategi pengemasan yang efektif untuk meningkatkan daya saing dan mendorong penjualan. Menanggapi permasalahan tersebut, Fakultas Bisnis Universitas Mitra Indonesia melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) yang bertujuan untuk meningkatkan produk UMKM melalui modifikasi kemasan di Desa Pinang Jaya. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman di kalangan UMKM Berkah mengenai pentingnya bahan kemasan. Diharapkan setelah kegiatan ini, penjualan produk emping akan meningkat, sehingga mereka dapat bersaing secara efektif dengan produk sejenis di pasaran.

METODE

Pendekatan untuk melaksanakan pengabdian kepada masyarakat melibatkan metodologi konseling dan pelatihan. Setiap tahapan yang dilaksanakan membutuhkan peran aktif peserta (Afandi et al. 2022). Metode penyuluhan berkaitan dengan sosialisasi dan persiapan, pelatihan pemberian pengetahuan kepada masyarakat mengenai *packaging* kemudian diskusi tanya jawab dengan masyarakat dan dilanjutkan dengan praktek beberapa contoh produk (pendampingan dan evaluasi) (Nani et al. 2023). Metode pelatihan berkaitan dengan praktek pembuatan *Packaging* produk yang menarik dengan menambahkan beberapa informasi produk di kemasan.

Kegiatan pengabdian dilaksanakan selama 3 pertemuan yaitu pada tanggal 19 September 2023, 4 sampai dengan 6 Oktober 2023 yang dilaksanakan oleh Dosen fakultas bisnis dan Mahasiswa fakultas bisnis. Kegiatan pengabdian berupa penyampaian materi melalui Power Point yang dipresentasikan serta demonstrasi mengenai contoh kemasan produk UMKM yang sudah memenuhi standar dari segi kreativitas dan memuat informasi produk. Setelah presentasi dilakukan sesi tanya jawab bersama para pelaku UMKM di Desa pinang jaya. Keberhasilan kegiatan ini akan dievaluasi berdasarkan tujuan yang ingin dicapai. Latihan ini akan diakhiri dengan meminta peserta untuk mengisi kuesioner guna memberikan umpan balik tentang upaya yang akan dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM dibuka dengan kata sambutan dari ketua tim pengabdian dan dilanjutkan dengan narasumber memaparkan bagaimana *packing* suatu produk untuk menjadi lebih menarik sehingga dapat meningkatkan penjualan produk di UMKM Pinang Jaya. Sebelum penjelasan, tim pengabdian mensurvei mengenai produk yang dijual di UMKM Pinang Jaya yaitu emping melinjo yang mendominasi penjualan UMKM di desa tersebut. *Packaging* dari produk yang dijual oleh pelaku UMKM Pinang Jaya masih sangat sederhana yakni dalam bentuk kemasan *plastic propilen* (PP) tanpa ada informasi mengenai produk di kemasan. Sektor pemasaran menegaskan bahwa teknologi telah mengubah peran kemasan; sebelumnya, kemasan dianggap hanya sebagai perlindungan barang yang dijual. Kemasan melindungi produk yang dikandungnya. Saat ini, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan atau wadah, tetapi juga harus memasarkan produk yang dibungkusnya secara efektif. Bagi produsen yang ingin memperkenalkan produk baru, tujuan utamanya adalah memastikan kemasannya khas, menarik, dan asli. Kemasan berfungsi untuk menjaga kualitas produk dan menetapkan identifikasi produk. Manfaat *packaging* dari hasil kegiatan pengabdian ini dapat dijabarkan yakni sebagai daya tarik sebuah produk, meningkatkan citra produk, sarana promosi, mempertahankan kualitas produk dan membuat konsumen praktis dalam membawa produknya.

Peserta UMKM desa pinang jaya yang terlibat dalam kegiatan pengabdian ini terdiri dari 30 orang dan hanya 3 orang atau 10 persen yang memiliki informasi dan *merk* pada kemasannya produk usahanya, sekitar 90 persen UMKM disana masih menggunakan kemasan sangat sederhana seperti vakup plastik. Selain itu yang harus ada di *packaging* produk yaitu merek pada kemasan, gambar pada kemasan menggambarkan logo atau ciri khas dari suatu produk. Bisa logo wilayah atau bahan baku yang dominan di wilayah tersebut, warna *packaging* untuk menarik konsumen, bentuk *packaging*, dan label kemasan. Fluktuasi dalam penggunaan kemasan akan berdampak besar pada tingkat kepuasan konsumen. *Packaging* yang efektif meningkatkan kepuasan konsumen, karena kemasan yang unggul sering kali berkorelasi dengan kualitas produk yang lebih tinggi (Pesoth 2015). Hal ini diperkuat oleh Hass (2014) yang menyatakan bahwa kemasan dapat berdampak positif pada kebahagiaan pelanggan. Kemasan yang efektif dapat memengaruhi minat beli klien atau meningkatkan kepuasan pelanggan. Beberapa evaluasi yang dilakukan seperti tanya jawab kepada peserta setelah kegiatan akhir dilaksanakan. Kegiatan pengabdian ini membuat para peserta sangat tertarik dikarena permasalahan yang di desa tersebut dapat diminimalisir.

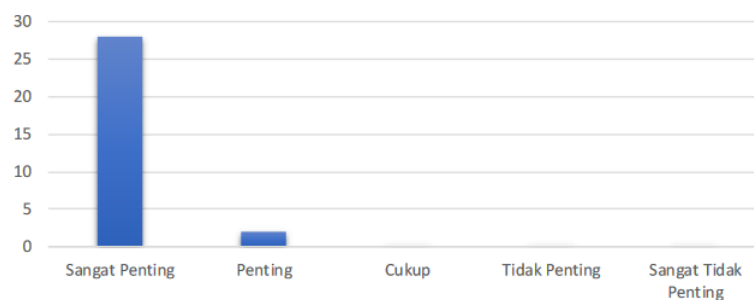
Berdasarkan penyampaian materi dan sesi diskusi, masih banyak pelaku UMKM di Desa Pinang jaya yang belum mengetahui tujuan dan manfaat *packaging*. Pelaku UMKM di Desa Pinang jaya hanya menyediakan kemasan polos yang di vakum tanpa ada label atau merek serta kualitas dari *packaging* nya masih belum bisa bermanfaat untuk jangka panjang seperti menjaga kualitas produk, memiliki *merk* produk serta belum ada informasi *expire date*. Sehingga saat pemaparan materi, pemateri memberikan contoh *packaging* produk keripik pisang yang dikemas dengan *packaging* yang menarik yang sudah dapat melindungi produk, mudah dibawa konsumen, memiliki merk dan informasi mengenai produk. Oleh karena itu, adanya penyampaian materi mengenai manfaat dan tujuan dari peningkatan kualitas *packaging* diharapkan dapat memberikan wawasan kepada pelaku UMKM di Desa Pinang jaya untuk dapat menerapkannya di usahanya dan mampu berpikir kreatif untuk menciptakan nilai tambah dari suatu produk yang dijual dengan menggunakan *packaging* yang menarik konsumen dan mampu menjaga kualitas produknya.



Gambar 2. *packaging* emping melinjo setelah dilakukan kegiatan PKM

Dalam kegiatan ini, pembicara memberikan pengetahuan kepada UMKM tentang perlunya peningkatan atau penggantian desain kemasan secara rutin untuk meningkatkan kualitas kemasan dan selanjutnya meningkatkan penjualan. Pinang Jaya mengevaluasi desain kemasan dengan menekankan daya tarik estetikanya, menganjurkan palet warna yang menarik secara visual namun kalem, dan desain yang tidak terlalu rumit namun menyampaikan informasi produk secara efektif. Selain itu, kemasan harus memudahkan pembukaan, penempatan, dan portabilitas. Desain kemasan memiliki fungsi promosi dan periklanan tidak langsung untuk produk, karena menyampaikan informasi tentang produk itu sendiri. Identitas yang berbeda dalam kemasan meningkatkan pengenalan dan diferensiasi di antara konsumen dan pesaing.

Berikut umpan balik kegiatan pengabdian yang dilaksanakan di UMKM Desa Pinang jaya



Grafik 1. Umpan Balik Kegiatan Pengabdian

Hasil evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang digambarkan pada gambar di atas menunjukkan bahwa inisiatif yang dilakukan di UMKM Desa Pinang Jaya sangat signifikan bagi masyarakat setempat. Hal ini terbukti dari tanggapan umpan balik yang terkumpul pada akhir kegiatan. Sebanyak 90% peserta menilai kegiatan yang dilakukan penting untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas UMKM di wilayah tersebut, sedangkan 10% menilai inisiatif pengabdian kepada masyarakat signifikan. Dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan selaras dengan tuntutan masyarakat Desa Pinang Jaya. Kesesuaian materi yang diberikan diharapkan dapat bertahan untuk upaya pengabdian kepada masyarakat yang berkelanjutan, sehingga memastikan keberlanjutan untuk meningkatkan potensi saat ini dan menambah omzet penjualan UMKM di Desa Pinang Jaya.

SIMPULAN

Fungsi pengemasan adalah untuk menjaga keamanan produk selama pengiriman dari produsen ke konsumen, meningkatkan keuntungan perusahaan melalui estetika dan kualitas yang unggul, membangun identitas yang unik, dan secara efektif mencegah penggantian oleh produk pesaing, karena berfungsi sebagai pembeda utama barang yang diproduksi. Fungsi pengemasan, yang dulunya hanya sebagai wadah atau pelindung barang, telah berubah menjadi alat pemasaran yang memengaruhi citra produk, yang secara efektif menarik perhatian klien seiring dengan kemajuan modern. Pengemasan yang menarik akan meningkatkan hasil penjualan produk. Di Desa Pinang jaya masih

diperlukan pengabdian lanjutan untuk lebih meningkatkan kualitas produk dengan pelatihan *packaging* yang berkualitas dan ramah lingkungan.

SARAN

Saran-saran untuk untuk kegiatan pengabdian yang akan datang agar data lebih menambah waktu kegiatan dan tema ditambahkan tidak hanya pada pelathan *packaging* saja agar UMKM dapat lebih meningkatkan produknya

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Mitra Indonesia yang telah memberi dukungan *financial* dan *non financial* terhadap pengabdian ini. UMKM desa Pinang jaya, dan seluruh tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini

DAFTAR PUSTAKA

- A. Heryati, F. Afriyani, B. U. (2020). Pelatihan Packaging Produk Makanan Ringan Dan Otak-Otak Pada Kampung KB Layang-Layang. Avoer 12, November, 18–19
- Bernadette Robian.2023. “Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang 4” jurnal pengabdian kepada masyarakat aksi kepada masyarakat, STEBIS IGM. hal 31-45
- Erlangga, H. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education (TURCOMAT), 12(3), 3672-3678.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018) Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. Jurnal Manajemen Dewantara, 1(2), 61– 76.
- Herawati, Heny, and Muslikah. 2019. “Pengaruh Promosi Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Sariayu Putih Langsung.” Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis 2(1).
- Mukhtar, Syukrianti, and Muhammad Nurif. 2015. “Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksiterhadap Konsumen.” Jurnal Sosial Humaniora 8(2):181–91.
- Widiati, Ari. 2019. “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak.” Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tanjungpura 8(2):67–76.
- Willi Chandra Hermanto, Ari Andriyas Puji, & Rico Saputra. (2022). Edukasi Dan Sosialisasi Laporan Keuangan, Packing, Dan Branding Produk Untuk Mengembangkan Kualitas Dan Produktivitas Umkm Tapai Ubi Di Kelurahan Bencah Lesung. Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI, 6(1), 9–13. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v6i1.2908>