



Inovasi Kemasan Produk dan Pelabelan Untuk Menciptakan Nilai Tambah pada Produk UMKM Dapur Keysha di Desa Mranggonlawang

Alfi Rizka¹, Yuniningsih²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur¹⁻²

Korespondensi Penulis : 20012010039@student.upnjatim.ac.id

Article History:

Received: 30 Mei 2023

Revised: 16 Juni 2023

Accepted: 11 Juli 2023

Keywords: Innovation,
Packaging, Labeling

Abstract: MSMEs are seen as a driving force in domestic economic development. However, there are still some problems encountered, namely marketing strategies that are less than optimal and unattractive. Keysha's kitchen is one of them. After observing, the packaging still looks ancient and does not have a label. Thus, it is necessary to provide assistance regarding packaging innovation from Dapur Keysha according to the aesthetic standards of current trends and their uses. The purpose of this activity is to provide knowledge and understanding to MSME actors regarding the urgency of product packaging and increase the added value of the products produced. There are three methods used, namely observation, socialization, and mentoring. At the end of this activity, modern packaging and labeling were obtained. The latest packaging is modified from a standing pouch to a jar packaging which can be made as hampers. Then there is the making of labels that include product types, brands, expiration dates, MSME social media, and other information.

Abstrak.UMKM dipandang sebagai penggerak dalam pembangunan ekonomi dalam negeri. Namun masih ditemukan beberapa masalah yang dihadapi yakni strategi pemasaran yang kurang optimal dan tidak menarik. Dapur Keysha salah satunya. Setelah dilakukan observasi, kemasan yang dimiliki masih tampak kuno dan belum memiliki label. Dengan demikian, perlu dilakukannya pendampingan mengenai inovasi kemasan dari Dapur Keysha sesuai standar estetika tren kini dan kegunaannya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai urgensi dari kemasan produk serta meningkatkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan. Metode yang digunakan ada tiga, yakni observasi, sosialisasi, dan pendampingan. Akhir kegiatan ini diperoleh kemasan dan pelabelan yang kekinian. Kemasan terbaru dimodifikasi dari standing pouch menjadi kemasan jar dimana dapat dibuat sebagai hampers. Lalu adanya pembuatan label yang mencakup jenis produk, merek, tanggal kadaluarsa, social media UMKM, dan informasi lainnya.

Kata Kunci : Inovasi, Kemasan, Pelabelan.

PENDAHULUAN

UMKM dipandang sebagai penggerak dalam pembangunan ekonomi dalam negeri. Kontribusinya yang besar dapat mengangkat pertumbuhan perekonomian rakyat. Sebab aksesnya yang bersifat konvensional inilah yang membuat UMKM tahan krisis keuangan dalam era globalisasi ini. Hasil dari UMKM ini dapat meminimalisir masalah kemiskinan dengan melakukan penyerapan tenaga kerja dan pembagian hasil pembangunan (Paramita & Surur, 2022). Maka dari itu perlu adanya peran pemerintah untuk mendukung UMKM dalam hal finansial ataupun nonfinansial.

Masalah yang sering dihadapi UMKM adalah strategi pemasaran yang kurang optimal dan tidak menarik. Kemasan yang monoton membuat UMKM kalah bersaing dengan perusahaan besar dengan jaringan pemasaran yang kuat (Paramita & Surur, 2022). Kemasan produk merupakan bagian penting dari produk karena konsumen mudah mengingat dan mengenali produk tersebut. Kemasan produk yang tidak menarik berdampak pada citra produk dalam menarik pelanggan. (Wijaya, et al., 2021). Oleh karena itu, terobosan baru dalam desain kemasan produk harus dilakukan.

Secara umum kemasan dapat diartikan sebagai bagian luar yang melindungi isi produk dengan maksud untuk melindungi produk dari guncangan, cuaca, benturan dan benturan dengan benda lain. Kemasan biasanya berbentuk atau didesain untuk menunjukkan gambaran dan tampilan isi produk sehingga pesan yang disampaikan tepat bagi pengguna produk tersebut. Mengingat modernisasi yang semakin terdepan, kemasan memegang peranan yang sangat penting, karena selalu dikaitkan dengan barang yang dikemas sekaligus menjadi argumen penjualan dan citra merek. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah melalui kemasan yang menarik. Sementara itu, citra produk berkaitan di benak konsumen, sebaiknya produk dikemas dengan baik supaya produk yang dihasilkan dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen.

Hal yang melekat dalam kemasan tak lain adalah pelabelan. Pelabelan merupakan informasi singkat pada kemasan mengenai sebuah produk yang meliputi nama produk, merek, tanggal kadaluarsa, tempat produksi, dan masih banyak lagi. Dengan pelabelan target konsumen akan mudah mengenali produk tersebut. Pada pandangan pertama dalam lima detik pertama, masyarakat akan mendorong keputusan pembelian, sehingga penampilan sangat penting bagi konsumen di pasar (Kusnandar et al., 2021).

Seperti yang telah dijelaskan di atas, desain kemasan dan label merupakan salah satu pemicu penjualan produk. Hal ini juga terkait dengan nilai tambah kemasan yang dapat mempengaruhi emosi konsumen dan dinilai sangat efektif. Oleh karena itu, perusahaan harus memiliki tim desain sendiri. Mengingat hal tersebut, desain kemasan sangat penting untuk penjualan produk. Khususnya unsur-unsur desain kemasan, seperti pemilihan warna, keunikan, dll. Oleh karena itu, unsur pengemasan yang baik dan penerapan produk harus diperhatikan untuk meningkatkan penjualan.

Dusun Krajan terletak Desa Mranggonlawang Kecamatan Dringu Kabupaten Probolinggo. Dusun ini memiliki banyak potensi industri terutama usaha kecil mikro dan menengah, salah satunya adalah UMKM Dapur Keysha. Hasil observasi menunjukkan bahwa kemasan yang digunakan adalah standing pouch dengan berbagai ukuran. Model kemasan ini terbilang cukup bagus. Namun terdapat kendala yang dirasakan oleh Ibu Misri selaku pemilik dari Dapur Keysha yakni zipper sebagai pengunci kemasan yang tidak begitu rapat sehingga mengakibatkan produknya tumpah saat proses pengiriman oleh perantara pasar. Selain itu juga belum ada label untuk kemasan tersebut, mengingat pelabelan juga merupakan poin penting dalam kemasan yang berfungsi sebagai informasi produk. Dengan demikian, penulis berinisiatif untuk melakukan pendampingan mengenai inovasi kemasan dari Dapur Keysha sesuai standar estetika tren kini dan kegunaannya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai urgensi dari kemasan produk serta meningkatkan nilai tambah dari produk yang dihasilkan.

METODE

Dalam kegiatan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) ini, penulis melakukan pendampingan mengenai inovasi kemasan pada produk unggulan bawang goreng milik Dapur Keysha. Kegiatan ini berlangsung selama dua minggu yakni pada tanggal 6 Juni hingga 20 Juni 2023. Terdapat tiga metode yang digunakan yakni observasi, sosialisasi, dan pendampingan. Pada metode pertama dilakukan observasi untuk mengetahui usaha mana saja yang berpotensi dan cocok untuk dijadikan sebagai mitra. Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi dimana penulis memberikan pengertian dan pemahaman mengenai kemasan kekinian yang bisa

diimplementasikan pada produknya. Lalu yang terakhir diadakannya pendampingan mengenai perubahan kemasan terbaru. Pada metode ini penulis dan Ibu Misri selaku pemilik Dapur Keysha bersama sama untuk mewujudkan kemasan yang terbaik untuk produk unggulan bawang goreng dari Dapur Keysha.

HASIL PEMBAHASAN

Penjualan Dapur Keysha dapat dikatakan cukup stabil. Ibu Misri selaku pemilik, selalu memproduksi setiap harinya. Dibantu oleh putrinya, Ibu Misri melakukan strategi promosi penjualan yang cukup baik. Namun kami rasa masih kurang dalam pengoperasiannya. Ibu Misri sendiri memiliki pelabelan dan kemasan yang cukup bagus.

Sebelum dilaksanakannya pendampingan secara langsung bersama Ibu Misri selaku pemilik dari Dapur Keysha. Diadakannya observasi dan sosialisasi terlebih dahulu. Dari 30 UMKM yang penulis temukan Dapur Keysha memiliki potensi yang bagus. Kemasan yang dibuat cukup bagus namun masih belum maksimal. Kemudian diadakannya sosialisasi secara langsung di kediaman ibu Misri untuk memberikan pengertian dan pemahaman mengenai inovasi kemasan yang modern. Pembahasan tersebut antara lain pengertian, manfaat, serta contoh kemasan dan label yang modern. Setelah mendapatkan persetujuan dari Ibu Misri untuk bermitra maka akan diadakannya pendampingan secara langsung.

Dari kegiatan PKM ini dilakukan pendampingan secara aktif dengan pemilik yang bersangkutan. Dengan begitu diharapkan agar pemilik usaha memiliki kesadaran dan motivasi untuk terus mengikuti tren dalam pengemasan produknya. Pencapaian dalam kegiatan PKM ini antara lain :

1. Kemasan baru

Terdapat berbagai macam bentuk kemasan dari produk Dapur Keysha mengingat ada beberapa macam varian ukuran yang diujakan. Kemasan yang digunakan oleh Dapur Keysha adalah Standing Pouch yang dilengkapi dengan ziplock dan juga plastik biasa yang ditutup dengan memanaskan lilin. Untuk kemasan dalam bentuk plastik biasa tersebut biasanya didistribusikan ke warung – warung.



Gambar 1 Kemasan baru dalam bentuk jar

Menurut penulis penggunaan kemasan tersebut terbilang kuno dan kurang praktis apalagi terdapat hambatan mengenai penutupnya yang tidak rapat. Maka dari itu penullis menyarankan untuk membuat kemasan baru yakni dengan jar (toples) ukuran 150gr. Dengan jar ini maka konsumen akan menggunakannya lebih praktis karena sudah siap dengan wadahnya. Selain itu, bawang goreng akan lebih tahan lama dan tetap renyah. Kemasan jar ini juga kami inovasikan sebagai hampers.



Gambar 2 Kemasan dalam bentuk hampers

2. Pelabelan

Pelabelan dalam suatu produk dapat dikatakan sebagai suatu identitas. Apalagi label tersebut memiliki unsur estetika sehingga akan menarik mata konsumen. Namun

apabila seorang pengusaha bersikap acuh pada poin, kemungkinan besar ia akan kalah saing dengan pengusaha lain yang mempercantik pelabelannya. Terkadang konsumen tidak hanya membeli suatu produk untuk dirinya sendiri melainkan untuk orang lain sebagai hadiah atau oleh-oleh. Sehingga penting untuk melihat penampilan dari produk tersebut.

Oleh karena itu, desain suatu kemasan memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian seorang calon konsumen. Satu hal yang diperhatikan selama proses observasi adalah kemasan produk Dapur Keysha sudah cukup bagus namun masih kurang tepat karena tidak tertera tanggal kadaluarsa dan desainnya yang kami rasa kuno. Berikut merupakan desain label untuk Dapur Keysha :



Gambar 3 Label produk bawang goreng

Pada label tersebut telah ditambahkan jenis produk, merek, tanggal kadaluarsa, social media UMKM, dan informasi lainnya. Dengan label tersebut kami harap dapat menjadi ciri khas tersendiri untuk Dapur Keysha serta menarik minat masyarakat luas.

PENUTUP

Diakhir kegiatan PKM ini dapat disimpulkan bahwa berjalan dengan lancar mengingat antusiasme dari pemilik untuk termotivasi terus maju dalam meningkatkan kualitas usahanya. Kegiatan ini diperoleh kemasan dan pelabelan yang kekinian. Kemasan terbaru dimodifikasi dari standing pouch menjadi kemasan jar dimana dapat dibuat sebagai hampers. Lalu adanya pembuatan label yang mencakup jenis produk, merek, tanggal kadaluarsa, social media UMKM,

dan informasi lainnya. Diharapkan agar pemilik dari Dapur Keysha terus menerapkan strategi pemasaran ini untuk kelanjutan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Kusnandar, H., & Adi, R. K., Qonita, Rr., Aulia, K., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack. Kumawula: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4 (2). 320-327.
- Paramita, P. D. & Surur. (2022). Meningkatkan Kualitas Pemasaran UMKM Melalui Inovasi Sosial Media Marketing pada Pelaku Usaha Keripik di Desa Domas. *E-Journal Al-Dzahab* 3 (1): 21-31.
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., Miftah, M. 2021. Pengembangan Pemasaran Prduk Lokal Melalui Digital Business dan Pembaharuan Brand Produk. *Webinar Abdimas 4-2021: Inovasi Teknologi Tepat Guna dan Model Peningkatan Kapasitas Masyarakat Era Covid-19*: 1372- 1378.