

PELATIHAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PADA UMKM OLAHAN MAKANAN DI KELURAHAN KELAPA DUA WETAN

Meri Prasetyawati^{1,*}, Wiwik Sudarwati², Jaharuddin³, Nelfiyanti⁴,
Andry Setiawan⁵, Arman Saputra⁶

^{1,2,3,4,5,6}Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Muhammadiyah Jakarta
Jl. Cempaka Putih Tengah 27 Jakarta Pusat 10510

*E-mail : meri.prasetyawati@umj.ac.id

ABSTRAK

Pada tataran ekonomi global, Pandemi Covid 19 memberikan dampak yang signifikan terhadap perekonomian domestik negara dan keberadaan UMKM, dimana UMKM ini merupakan salah satu sektor yang memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian nasional. Namun, UMKM masih memiliki sederet permasalahan yang menjadi perhatian untuk ditangani. UMKM di Kelurahan Kelapa Dua Wetan membuat usaha olahan makanan seperti sambal cumi, kentang mustofa, peyek, tahu bakso, telur gabus keju dan berbagai macam snack kering. Dalam menjalankan usahanya secara produk yang dihasilkan tidak kalah dengan pesaingnya, namun masih belum mampu bersaing karena keterbatasan dalam hal kemasan dan pemasaran produk. Produk dikemas dengan sederhana menggunakan kemasan plastik yang tidak ada labelnya. Sehingga secara penampilan menjadi kurang menarik dan berdampak pada nilai dan volume penjualan yang rendah. Hal ini disebabkan karena Kurangnya pengetahuan terkait kemasan. Edukasi mengenai kemasan produk makanan ini menjadi penting mengingat kemasan tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik konsumen saja tetapi pemilihan bahan dan bentuk kemasan mempengaruhi kandungan nutrisi dalam makanan tersebut. Pengabdian masyarakat ini dilakukan untuk membantu UMKM dalam mengatasi permasalahan kemasan yang kurang menarik melalui pelatihan keterampilan pembuatan desain kemasan. Pelatihan ini dilaksanakan secara bertahap baik online maupun offline, mulai dari Pre-test, penyuluhan mengenai peran dan fungsi desain kemasan makanan dalam dunia pemasaran, pelatihan membuat desain kemasan menggunakan aplikasi canva, dan Post test. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah para peserta memahami cara pembuatan desain kemasan dan dapat mempraktekkan untuk usahanya.

Kata kunci: Kemasan, Olahan Makanan, Pemasaran, UMKM

ABSTRACT

At the global economic level, the COVID-19 pandemic has had a significant impact on the country's domestic economy and the existence of SMEs, where SMEs are one of the sectors that make a major contribution to the national economy. However, SMEs still have a number of problems that need attention to be addressed. SMEs in Kelapa Dua Wetan Village make food processing businesses such as squid sauce, mustofa potatoes, mash, meatball tofu, cheese cork eggs and various kinds of dry snacks. In running its business, the products produced are not inferior to its competitors, but are still unable to compete due to limitations in terms of packaging and product marketing. The product is packaged simply using unlabeled plastic packaging. So that the appearance becomes less attractive and has an impact on the value and low sales volume. This is due to lack of knowledge related to packaging. Education about the packaging of food products is important considering that the packaging does not only function as a consumer attraction, but the selection of materials and packaging shapes affects the nutritional content of the food. This community service is carried out to assist SMEs in overcoming unattractive packaging problems through training in packaging design making skills. This training is carried out in stages both online and offline, starting from the Pre-test, counseling about the role and function of food packaging design in the marketing world, training to make packaging designs using the Canva application, and Post test. The result of this community service is that the participants understand how to make packaging designs and can practice them for their business..

Keywords: Packaging, Food Processing, Marketing, SME

1. PENDAHULUAN

Produk Usaha mikro, kecil, dan menengah memiliki kualitas yang tidak kalah baik dibandingkan produk luar negeri. Terbukti produk UMKM sudah banyak yang bersaing di pasar global. Kemasan menjadi salah satu masalah utama yang dihadapi UMKM di Indonesia. Padahal kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih menjual dan memiliki nilai tambah. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandangan itu ada karena para pelaku usaha mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minuman nya agar terlihat bagus dilihat konsumen. Cara pandang pelaku usaha terhadap kemasan atau pun produk yang bernilai tambah perlu diubah. Padahal dengan kemasan yang baik produk yang dijual akan menghasilkan keuntungan lebih besar karena bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi. Kemasan juga harus menyesuaikan dengan produknya. Diantaranya dengan melihat jenis produk, tujuan produk, warna kemasan pun perlu menjadi perhatian. Harga kemasan juga harus beragam dan disesuaikan dengan produknya. Berdasarkan hasil survey mayoritas UMKM memiliki usaha dibidang kuliner dan rata-rata pendapatannya menurun selama masa pandemic covid 19, mayoritas UMKM belum mengetahui fungsi kemasan sebagai salah satu aspek pendorong penjualan, pemasaran yang dilakukan hanya sebatas kerabat sekitar dan penjualan online dilakukan hanya melalui media whatsapp (Soni Trison, 2020). Fungsi kemasan adalah untuk melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk (Muhammad Anasrullah, 2017).

UMKM di Kelurahan Kelapa Dua Wetan membuat usaha olahan makanan seperti sambal cumi, kentang mustofa, peyek, tahu bakso, telur gabus keju dan berbagai macam snack kering. Dengan kisaran harga sambal cumi Rp. 42.000/300 gr, Kentang Mustofa Rp. 35.000/250 gr, peyek Rp. 30.000/500 gr, tahu bakso Rp. 25.000/isi 20, aneka snack kering Rp. 13.000/100 gr. Dengan target pasar adalah warga sekitar, warung dan karyawan kantor.

Kondisi saat ini, produk olahan makanan masih dikemas secara sederhana sehingga nilai jualnya rendah. Pengembangan usaha makanan olahan di Kelurahan Kelapa Dua Wetan masih mengalami banyak kendala, antara lain kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan desain kemasan, serta pemasaran produk hasil olahan makanan yang masih terbatas yang mengakibatkan penjualan minim order.

Masih banyak pelaku usaha kecil dan mikro yang belum sadar tentang pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual serta menarik minat konsumen untuk membeli produk, kemasan produk yang menarik bisa menjadi daya Tarik tersendiri bagi konsumen untuk membeli produk, melalui kemasan ada potensi produk bisa dikenal oleh masyarakat luas serta memungkinkan produk untuk naik kelas (Liliek Nur Sulistiyowati, 2021). Sebuah kemasan yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang mendorong penjualan suatu produk, karena kemasan (packaging) pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merek dagang perkembangan (packaging) akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi dalam meningkatkan nilai jual produk. Wawasan tentang teknik kemasan produk sebagai bekal keterampilan home industry yang dapat menunjang ekonomi rumah tangga, sehingga pelaku usaha dapat membuat berbagai bentuk kemasan secara unik dan kreatif (Dewi Isma Aryani, 2020).

Potensi mitra untuk pengembangan usaha adalah sebagai berikut :

1. Harganya lebih murah dari pesaing. Contohnya harga kentang mustofa pesaing dibandrol Rp. 35.000 per 250 gr, sedangkan kentang mustofa ini harganya Rp. 17.000 untuk 100 gr/ per-bungkus.
2. Produknya fresh karena dibuat dan langsung dipasarkan dan tanpa pengawet.
3. Produk memiliki varian sehingga konsumen dapat memilih sesuai kebutuhan dan selera.
4. Mitra sudah mempunyai pelanggan tetap yang tiap hari membeli kentang mustofa maupun varian lainnya.

Peluang usaha kentang mustafa ini sangat luas, karena:

1. Produk mempunyai kandungan bergizi yang tinggi sehingga baik untuk anak – anak, dewasa maupun lansia.
2. Pengolahannya mudah, cepat dan murah sehingga dalam 1 hari dapat melakukan 2 atau 3 produksi.
3. Kentang mustafa dapat ditambahkan berbagai varian rasa misalnya pedas, manis, dan lainnya.
4. Peluang untuk dipasarkan di warung – warung, toko, supermaket dan kerjasama dengan marketplace sehingga lebih menjangkau konsumen.

Manajemen usaha mitra masih tergolong sangat sederhana. Karena ini adalah usaha skala rumah tangga, maka bagian pembelian bahan, pembuatan, dan penjualan dilakukan sendiri oleh mitra. Dari hasil wawancara, belum ada analisis bisnis dari usaha ini, serta belum ada laporan keuangan. Hal ini dikarenakan usaha masih dilakukan secara manual

2. METODE PENELITIAN

Metode untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi mitra industri rumah tangga adalah melakukan pelatihan pembuatan kemasan (*packaging*) untuk meningkatkan nilai jual dari produk. Program pelatihan ditujukan produk masyarakat untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana memasarkan dan mengemas hasil produksi melalui pelatihan pembuatan kemasan (*packaging*) untuk meningkatkan nilai jual (Mukhlis M, 2022).

Metode pelaksanaan dalam membuat Desain Kemasan adalah sebagai berikut :

1. Observasi dengan melakukan survey ke lokasi mitra
Pada tahap awal tim pengabdian masyarakat melakukan observasi dengan cara survey ke lokasi mitra untuk mengetahui kondisi aktual yang terjadi pada mitra
2. Identifikasi masalah yang terjadi
Tahapan selanjutnya adalah melakukan identifikasi masalah yang dilakukan dengan wawancara untuk mengetahui permasalahan serta kebutuhan mitra
3. Melakukan penyuluhan dan edukasi pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran

Kegiatan penyuluhan dilakukan untuk memberikan wawasan serta edukasi kepada mitra mengenai desain kemasan sehingga dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan

4. Melakukan pelatihan pembuatan desain kemasan dan pemasaran produk olahan makanan
Kegiatan pelatihan dilakukan dengan memberikan tutorial. Diberikan tata cara pembuatan desain kemasan yang kreatif dan menarik serta pemasaran produk olahan makanan. Diharapkan mitra dapat menghasilkan karya desain kemasan yang kreatif dan edukatif sehingga hasilnya menjadi sebuah karya seni yang siap dijual dipasar dan dapat meningkatkan pemasaran dan meningkatkan volume penjualan.
5. Melakukan monitoring dan evaluasi
Setelah tahapan pelatihan maka dilakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui apakah mitra memahami mengenai konsep pembuatan desain kemasan dan pemasaran produk olahan makanan serta mengetahui kendala yang terjadi. Selanjutnya membuka ruang diskusi dan konsultasi

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran diikuti oleh beberapa UMKM olahan makanan dan rata-rata pendapatannya menurun selama masa pandemi COVID-19. Mayoritas UMKM di Kelurahan Kelapa Dua Wetan belum mengetahui fungsi kemasan sebagai salah satu aspek pendorong penjualan, pemasaran yang dilakukan hanya sebatas kerabat sekitar dan penjualan online dilakukan hanya melalui media Whatsapp.

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan secara bertahap, baik online maupun offline. Sebelum pelatihan dimulai, diawali dengan pengisian Pre-test yang dilakukan selama 10 menit. Kegiatan ini untuk mengukur seberapa paham peserta mengenai fungsi desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran. Kemudian di lanjut dengan penyuluhan mengenai peran dan fungsi desain kemasan makanan dalam dunia pemasaran.

Peran dan Fungsi Desain Kemasan Makanan dalam Dunia Pemasaran. Membuat desain kemasan merupakan hal yang sangat penting bagi usaha olahan makanan karena menampilkan keunggulan produk. Selain untuk

membungkus, desain suatu kemasan mempunyai fungsi lain terkait pemasaran, diantaranya sebagai berikut :

- Sarana komunikasi
- Simbol estetika
- Wadah pendistribusian
- Penegasan identitas
- Aspek ergonomi
- Penyampai informasi
- Memberi proteksi

Selanjutnya para peserta membuat desain kemasan yang sesuai dengan produk olahan masing-masing didampingi oleh tim pengabdian masyarakat. Adapun aplikasi yang digunakan dalam membuat desain kemasan adalah aplikasi canva sehingga mudah dalam mengakses dan membuatnya.

Berikut adalah beberapa hasil desain kemasan produk yang dibuat oleh para peserta



Gambar 1. Desain Kemasan Peyek



Gambar 2. Desain Kemasan Basreng

Setelah desain kemasan sudah selesai dibuat kemudian dicetak. Selanjutnya desain kemasan olahan makanan siap untuk ditempelkan pada produk olahan makanan



Gambar 3. Kemasan Sebelum Pelatihan



Gambar 4. Proses Pembuatan Desain Kemasan



Gambar 5. Kemasan Sesudah Pelatihan

Dari pelatihan desain kemasan semua UMKM olahan makanan memberikan tanggapan yang positif. Pelatihan dirasa bermanfaat dan memberikan banyak ilmu. Pelatihan desain kemasan diberikan kepada usaha olahan makanan berupa pelatihan desain logo untuk produk peyek, basreng, kentang mustofa dan madu. Sebelumnya kemasan tidak berlogo dan kemasan masih menggunakan bungkus plastik. Setelah dilakukannya pelatihan para peserta usaha olahan makanan dapat mencetak kemasan dengan logo yang sudah dibuat.

Pelatihan strategi pemasaran online diberikan kepada peserta usaha olahan makanan. Pelatihan dilakukan dengan memberikan bimbingan pembuatan media pemasaran online dan tips & trick berjualan online.

Setelah semua kegiatan rampung peserta diwajibkan untuk mengisi Post test. Post test ini berfungsi untuk mengetahui sejauh mana capaian pemahaman warga mengenai kegiatan yang telah dilaksanakan. Sama halnya dengan kegiatan pre test, kegiatan post test juga dilakukan selama 10 menit.

Capaian hasil yang dapat disimpulkan dari kegiatan ini berdasarkan hasil pretest dan post test yang telah dikerjakan peserta. Pada saat sebelum dimulainya kegiatan, banyak peserta yang belum mengetahui bagaimana pembuatan desain kemasan dan belum pernah membuat desain kemasan. Setelah semua kegiatan telah dilakukan, kemudian dilakukan post test untuk mengetahui sejauh mana pemahaman peserta mengenai pembuatan desain kemasan. Hasil post test adalah para peserta mulai memahami cara pembuatan desain kemasan dan akan memulai berjualan online.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran dilaksanakan secara bertahap, baik online maupun offline. diawali dengan pengisian Pre-test, Kemudian dilanjut dengan penyuluhan mengenai peran dan fungsi desain kemasan makanan dalam dunia pemasaran. Selanjutnya para peserta membuat desain kemasan menggunakan aplikasi canva didampingi oleh tim pengabdian masyarakat. Dikanjutkan dengan Pelatihan strategi pemasaran online diberikan kepada peserta usaha olahan makanan. Setelah semua kegiatan rampung peserta diwajibkan untuk mengisi Post test. Hasil post test adalah para peserta mulai memahami cara pembuatan desain kemasan dan akan memulai berjualan online Dari pelatihan desain kemasan semua UMKM olahan makanan memberikan tanggapan yang positif dan memberikan kontribusi yang bermanfaat terhadap usaha

olahan makanan. Pelatihan yang berkelanjutan diperlukan untuk mengembangkan UMKM.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan untuk Universitas Muhammadiyah Jakarta, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat, Fakultas Teknik dan Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan bantuan dana untuk kelancaran kegiatan pengabdian masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi Isma Aryani, N. N. (2020). Pelatihan Pembuatan Kemasan Sabun Bunga Matahari Di Desa Bojonghaleuang Sebagai Program Community Empowerment. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 76-85.
- Liliek Nur Sulistiyowati, P. U. (2021). Pelatihan Pembuatan Kemasan Kain Batik Tulis Murni Ngangkrik di Desa Sidomulyo Kecamatan Sawahan Kabupaten Madiun. *Adi Widya*, 89-94.
- Muhammad Anasrullah, B. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) untuk meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-Adimas*, 26-30.
- Mukhlis M, L. A. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Nihayati, O. P. (2020). Internalisasi Nilai-nilai Al Islam dan Kemuhammadiyah dalam Aktivitas Belajar. *Journal Of Islamic and Muhammadiyah Studies*, 15-19.
- Soni Trison, S. N. (2020). Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Media Pemasaran Online UMKM di Kelurahan Kukusan Kota Depok. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 159-166.