

Pelatihan Kewirausahaan: “Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk yang Menarik” Pada UMKM Desa Lubuk Sakti Kecamatan Indralaya Kabupaten Ogan Ilir

Dian Novita Fajar Sari, Marina Malian, Yofitri Heny Wahyuli

STIA Satya Negara Palembang

| INFORMASI ARTIKEL | ABSTRAK |
|--|---|
| <p>Histori Artikel: Diterima Februari 2024 Direvisi Maret 2024 Disetujui April 2024</p> <p>Kata Kunci: Strategi, Packaging, UMKM</p> <p>*Penulis Korespondensi: dianstia2023@gmail.com</p> <p>DOI: 10.5281/zenodo.11392326</p> | <p>Banyaknya produk UMKM yang masih susah untuk bersaing dikarenakan banyaknya kendala yang dihadapi oleh UKM. Salah satunya adalah minimnya informasi mengenai pentingnya kemasan terhadap pemasaran produk. Mindset para pelaku UMKM di Desa Gumukrejo Teras Boyolali sebagian besar masih belum menganggap bahwa kemasan atas produk yang dihasilkan penting untuk meningkatkan penjualan. Merubah mindset mengenai pentingnya Packaging yang menarik sangat diperlukan untuk para pelaku UMKM di Desa Gumukrejo saat ini. Sehingga hasil dari pelatihan ini diharapkan mampu merubah Mindset bagi para pelaku UMKM untuk dapat melakukan packaging yang menarik atas produk yang mereka hasilkan menaikkan omset penjualan.</p> <p>ABSTRACT <i>Many MSME products are still complex to compete due to the many obstacles SMEs face. One of them is the lack of information regarding the importance of packaging in product marketing. The mindset of MSME players in Gumukrejo Teras Boyolali Village still does not consider that the packaging of the products produced is essential for increasing sales. Changing the mindset regarding the importance of attractive packaging is necessary for MSMEs in Gumukrejo Village now. So, it is hoped that the results of this training will be able to change the mindset of MSME players to provide attractive packaging for the products they produce and increase sales turnover.</i></p> |

PENDAHULUAN

Packaging dapat diartikan sebagai baju-nya produk. Seperti halnya baju untuk manusia, *packaging* dimaksudkan untuk membungkus produk dengan tujuan untuk menjaga produk tersebut dari cuaca, guncangan dan benturan, terhadap benda lain. Semakin berkembangnya pasar fungsi *packaging* tidak hanya sekedar berfungsi untuk melindungi keamanan produk, tetapi lebih ke estetika.

Untuk menarik perhatian calon konsumen, kemasan atau *packaging* yang mampu menumbuhkan ketertarikan konsumen untuk membeli. Seperti bahasa iklan yang menyebutkan bahwa: “kesan pertama harus menggoda, selanjutnya terserah anda” patut untuk direnungkan. Ada *image* bahwa produk yang baik tercermin dalam kemasan yang baik juga. Oleh sebab itu, para pelaku usaha hendaknya tidak hanya sekedar sal dalam merancang *packaging* tetapi juga dituntut adanya ide-ide yang mampu menuangkan keunggulan sebuah merk atau produk.

Produk-produk yang dihasilkan UMKM Desa Gumukrejo sebagian besar dalam penjualannya masih menggunakan kemasan yang seadanya. Hal ini lebih dikarenakan pengetahuan yang masih minim dari para pelaku UMKM mengenai variasi *packaging* yang menarik. Masih banyak pelaku UMKM di desa ini yang belum mengetahui tentang, informasi apa saja yang harus dicantumkan dalam *packaging*, serta bagaimana teknik dan desain *packaging*

yang menarik. Sehingga merubah *mindset* dari para pelaku UMKM akan pentingnya packaging dalam mengoptimalkan penjualan sangat perlu untuk dilakukan.

Persaingan yang muncul antar perusahaan merupakan sebuah respon dari kemajuan industri yang berkembang sangat pesat. Persaingan tersebut yang membawa perusahaan berlomba dalam menyediakan kebutuhan masyarakat di pasar agar bisa bertahan dalam persaingan. Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi yang berbeda-beda untuk terus berkembang dan mendapatkan keuntungan. Persaingan yang muncul tersebut menghadirkan sebuah permasalahan baru bagi para pelaku UMKM dimana saat ini semua masyarakat berlomba-lomba untuk mempelajari teknik packaging yang baik dengan tujuan menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM. Strategi penjualan harus bisa memberikan motivasi dalam kemasan sebuah produk memiliki peran penting dalam proses penjualan, karena dengan adanya sebuah kemasan tersebut produk yang ditawarkan oleh UMKM memiliki branding untuk membedakan dengan produk lain. Program pengabdian kepada masyarakat mendapat respon positif dari pelaku UMKM, ibu-ibu PKK, dan warga setempat. Hasil program yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan strategi peningkatan penjualan dan packaging produk pelaku UMKM untuk memasarkan produknya Samsiyah, S., Sulistyawan, E., Rachman, M. M., & Utomo, S. P. (2022). UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang memiliki kemandirian dan berpotensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (bkpm.go.id). Adanya kemajuan teknologi membuat para pelaku usaha kini bisa memulai bisnisnya dan mengembangkannya melalui bantuan teknologi. Oleh karena itu, sangat tepat untuk memberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa yang dimiliki UMKM. Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan dengan memfokuskan pada strategi desain kemasan secara mendalam yang meliputi pentingnya desain kemasan, unsur-unsur penting dalam kemasan, dan cara membuat kemasan yang menarik di era saat ini. Dengan demikian diharapkan, UMKM yang ada di Kelurahan Labuhan Dalam memiliki strategi desain kemasan yang menarik serta mampu meningkatkan aktivitas perekonomian di Kelurahan Labuhan Dalam Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023).

Label kemasan dan banner merupakan seperangkat komponen penting dalam pemasaran sebuah produk. Oleh karena itu, keterampilan dalam mendesain label kemasan dan banner yang baik perlu dimiliki oleh sumber daya manusia yang ada di dalam UMKM. Surya Makmur merupakan sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan ringan namun belum memiliki branding produk serta pencatatan keuangan yang baik. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan wawasan tentang cara memberikan branding pada produk serta cara mendokumentasikan sirkulasi keuangan yang efektif. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode pelatihan dan pendampingan. Dalam hal ini, pelatihan dan pendampingan difokuskan pada cara menyusun banner dan label produk, serta cara mengoperasikan aplikasi pencatatan keuangan. Kegiatan ini melibatkan 2 orang tim narasumber serta 3 orang karyawan di UMKM Surya Makmur Lamongan. Adapun output dari kegiatan pengabdian ini berupa 5 buah label produk, 1 buah banner, dan pemilik usaha UMKM Surya Makmur mampu mengoperasikan aplikasi BukuKas untuk pengelolaan pencatatan keuangan Resti, N. C., & Ilmiyah, N. F. (2023). Partisipasi sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) dalam perekonomian Indonesia dapat diukur melalui kapasitasnya dalam menyerap lebih dari 95% dari total tenaga kerja yang tersedia, serta kontribusinya terhadap PDB sebesar lebih dari

60%. Dalam hal ini packaging produk memiliki peran yang sangat penting dalam mempengaruhi daya tarik dan kesuksesan bisnis UMKM. Tujuan kegiatan ini adalah mengoptimalkan potensi produk-produk UMKM melalui desain packaging yang menarik dan strategis. Pelatihan strategi desain packaging menjadi aspek yang krusial dalam meningkatkan daya saing UMKM di pasar global yang semakin kompetitif. Kegiatan Pengabdian kepada masyarakat ini diselenggarakan dengan porsi penekanan yang lebih mendalam pada strategi desain packaging, yang mencakup pemahaman yang komprehensif terhadap konsep desain packaging yang efektif, peran pentingnya dalam menciptakan branding yang kuat, pemilihan bahan packaging, serta teknik membuat desain grafis packaging yang menarik. Metodologi kegiatan ini mencakup tahap analisis pasar, identifikasi masalah, perumusan solusi desain, pelaksanaan pelatihan, dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini diharapkan dapat membantu UMKM meningkatkan daya saing mereka di pasar domestik dan internasional melalui desain packaging yang menarik, efektif, dan berkelanjutan. Pelatihan ini juga dapat memacu inovasi dalam industri kreatif UMKM dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal. Sehingga akan berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan UMKM di Kota Pontianak Syaputra, E. A., Amir, S., Syamsuddin, F., & Paninggali, R. (2023).

Penyuluhan ini merupakan salah bentuk tanggung jawab sebagai wujud pelaksanaan tridarma penguruan tinggi dalam mengimplementasikan ilmu kepada masyarakat. Dalam penyuluhan ini pemateri menjelaskan strategi membranding kemasan pada produk UMKM. Produk UMKM unggulan dari desa tebing gerinting selatan adalah kemplang panggang, dan dodol. Kedua produk tersebut masih di jual secara manual atau di jual di pinggir jalan lalu lintas desa tersebut. Untuk kemasan sendiri masih sangat sederhana yaitu plastic putih bahkan tanpa label. Dengan menggunakan metode kualitatif, wawancara pelaku usaha UMKM dan observasi lapangan langsung. Penulis tertarik untuk mengedukasi pelaku usaha tersebut supaya bisa membranding kemasan sehingga memiliki nilai jual tinggi dan berdampak pada kesejahteraan ekonomi desa tersebut. Dengan memanfaatkan media social dan membuat label branding pada produk UMKM. Tujuan dari diadakannya penyuluhan ini bisa di lirik pelancong lokal maupun internasional. Kemasan sangat penting sehingga menarik wisatawan berkunjung ke desa tebing gerinting dan terciptanya market digital sehingga bisa mempermudah produk UMKM desa tebing gerinting selatan dapat dikenal lebih luas lagi Suhendra, S., Ardiansyah, A., & Austin, T. (2023). UMKM mempunyai peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu negara. Hampir 61% memiliki kontribusi untuk menaikkan produk domestik bruto (PDB). Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi angka keberhasilan pertumbuhan pada UMKM yaitu pemberian label pada produk. Labeling ini bertujuan agar produk terlihat menarik sehingga konsumen tertarik untuk membeli. Adanya labeling ini menambah nilai tersendiri dan sangat berdampak pada pemasaran produk. Sebab itulah perlu adanya pemberian labeling pada produk kemasan. Beberapa UMKM yang terdapat di Desa Lenggerong, Kecamatan Bantarbolang, Kabupaten Pemalang belum memiliki pemahaman tentang pentingnya labeling. Produk yang dikemas dari beberapa UMKM di Lenggerong ini masih sederhana, hanya dibungkus plastik kemudian ditutup dengan staples. Tujuan pengabdian ini adalah meningkatkan nilai jual produk melalui labeling kemasan pada produk UMKM Desa Lenggerong. Pengabdian ini menggunakan metode ABCD (Asset Based Community Development) dan penyuluhan door to door dengan cara presentasi tentang dampak labeling terhadap kemasan produk, memberikan praktik labeling sebagai pengalaman nyata, dan tahap evaluasi hasil penerapan labeling. Hasil dari pengabdian ini menunjukkan bahwa adanya peningkatan nilai jual produk melalui labeling kemasan produk UMKM di Desa Lenggerong Khusna, S. W., Fisabilillah, F. A. N., Iskandar, M., Falakh, S. I., Andianto, A., & Nurfuadi, N. (2023).

METODOLOGI

Kegiatan yang Ditawarkan

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini ditujukan untuk membangun mindset akan pentingnya *packaging* dalam upaya meningkatkan penjualan serta memberikan keterampilan pembuatan kemasan produk bagi UMKM Di Desa Gumukrejo Teras Boyolali. Adapun metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah presentasi, demonstrasi, dan praktik secara individu maupun kelompok.

a. Metode presentasi

Metode ini digunakan untuk menyampaikan beberapa hal yang berkaitan dengan pengertian, fungsi dan kelebihan *packaging* yang menarik.

b. Metode Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk mempertunjukkan contoh cara pembuatan *packaging* produk yang dihasilkan dari UKM Desa Gumukrejo Teras Boyolali. Diharapkan dengan adanya metode ini para peserta dapat mempraktikkan langsung membuat kemasan sesuai dengan produk yang dihasilkan masing-masing UKM

c. Metode Praktik

Metode ini dilakukan untuk melatih para pelaku UMKM Desa Gumukrejo Teras Boyolali dalam membuat *packaging*. Metode ini dilakukan agar para pelaku UMKM tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan kemasan produknya.

Deskripsi Program Pelaksanaan Kegiatan

Program pelaksanaan pengabdian ini dibagi dalam 4 tahapan pelaksanaan kegiatan, yaitu:

a. Tahap analisis Situasi dan permasalahan

Pada tahap ini diperoleh gambaran tentang potensi UMKM Desa Gumukrejo untuk dikembangkan sekaligus menggali permasalahan yang dihadapi dalam peningkatan penjualan.

b. Tahap Pelaksanaan.

Dalam tahap ini terlebih dahulu dilakukan pemaparan teori tentang pentingnya *packaging* dalam meningkatkan penjualan UMKM. Hal ini dimaksudkan untuk membuka mindset peserta pelatihan akan pentingnya *packaging* yang menarik calon konsumen,

c. Tahap Paktik

Para peserta dilatih untuk melakukan *packaging* pada salah satu produk yang dihasilkan oleh UMKM Desa Gumukrejo sebagai contoh model. Hal ini dimaksudkan agar para pelaku UMKM tersebut mempunyai pengalaman langsung tentang pembuatan kemasan produknya

Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi Mitra dalam pelaksanaan program sangat antusias. Hal ini dibuktikan dengan mengikuti kegiatan dari awal sampai akhir. Begitu pula saat praktik, semua peserta melakukannya dengan bersemangat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatatan pendahuluan dilaksanakan pada awal bulan April 2019 dengan melalui analisis situasi dan permasalahan. Sedangkan untuk pelaksanaan pelatihan pada hari Minggu, 04 Agustus 2019 pukul, 12.00 sd 15.00 bertempat di Balai Pertemuan Gumukrejo Teras Boyolali. Kegiatan dihadiri oleh Kepala Desa, Sekretaris Desa dan Masyarakat.

Dokumentasi Kegiatan



KESIMPULAN

Produk-produk yang dihasilkan UMKM Desa Gumukrejo sebagian besar dalam penjualannya masih menggunakan kemasan yang seadanya. Hal ini lebih dikarenakan pengetahuan yang masih minim dari para pelaku UMKM mengenai variasi *packaging* yang menarik. Masih banyak pelaku UMKM di desa ini yang belum mengetahui tentang, informasi apa saja yang harus dicantumkan dalam *packaging*, serta bagaimana teknik dan desain *packaging* yang menarik, Untuk itu diperlukan pelatihan *packaging*/pengemasan terhadap produk agar nantinya mampu meningkatkan omset penjualan. Target dari kegiatan ini adalah untuk merubah *mindset* bagi para pelaku UMKM akan pentingnya *packaging* yang menarik dalam pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 1989. Foil Aluminium di dalam: *Packaging Encyclopedia*. Hlm 38.
- Coles R. Mc. Dowell D. Kirwan MJ. 2003. *Packaging Tecnology*. Boca Raton. CRC Press
- Deperindag.1999. Keputusan Dirjen perdagangan dalam negeri Deperindag No, 31/DJPDN/Kep/XI/99 tentang Pedoman Pengawasan Barang Dalam kemasan Terbungkus. Jakarta: Deperindag

- Samsiyah, S., Sulistyawan, E., Rachman, M. M., & Utomo, S. P. (2022). Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada UMKM Di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. *EKOBIS ABDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(2), 81-88.
- Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS)*, 4(1), 119-123.
- Resti, N. C., & Ilmiyah, N. F. (2023). Strategi Peningkatan Penjualan melalui Desain Label Kemasan dan Banner pada UMKM Surya Makmur. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 7(2), 812-817.
- Syaputra, E. A., Amir, S., Syamsuddin, F., & Paninggali, R. (2023). STRATEGI DESAIN PRODUK PACKAGING UNTUK MENDUKUNG PEMASARAN PRODUK UMKM KOTA PONTIANAK. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 129-138.
- Suhendra, S., Ardiansyah, A., & Austin, T. (2023). Penyuluhan Branding Kemasan Kemplang dan Dodol Produk UMKM Desa Tebing Gerinting Indralaya Selatan. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 2(1), 46-56.
- Khusna, S. W., Fisabilillah, F. A. N., Iskandar, M., Falakh, S. I., Andianto, A., & Nurfuadi, N. (2023). Peningkatan Nilai Jual Produk Melalui Labeling Kemasan Pada Produk UMKM Desa Lenggerong. *Kampelmas*, 2(1), 293-303.