

PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK UNTUK MEMBANGUN CITRA MEREK UMKM DI BELITUNG

Mei Ie¹, Hetty Karunia Tunjungsari¹, Ariawan Gunadi², Anny Valentina³, Atalya Fransiska⁴, Septihani Michella Wijaya¹, Meymey³, Michelle Chan³, Azka Zukhrufa⁵

¹Jurusan Manajemen dan Bisnis, Universitas Tarumanagara

Email: meii@fe.untar.ac.id, hetty@fe.untar.ac.id, septihani.115190048@stu.untar.ac.id

²Jurusan Ilmu Hukum, Universitas Tarumanagara

Email: ariawang@fh.untar.ac.id

³Jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara

Email: annyyv@fsrd.untar.ac.id, meymey.625180095@stu.untar.ac.id, michelle.625180060@stu.untar.ac.id

⁴Jurusan Akuntansi Bisnis, Universitas Tarumanagara

Email: Atalya.115180014@stu.untar.ac.id

⁵Jurusan Desain Interior, Universitas Tarumanagara

Email: azka.615210045@stu.untar.ac.id

ABSTRAK

Peningkatan UMKM di Belitung yang terjadi sejak 2008 merupakan suatu pertanda yang perlu dibanggakan. Hal ini dapat dilihat dari PAD yang ikut meningkat serta munculnya berbagai macam variasi produk yang dapat dijual oleh UMKM, mulai dari makanan hingga kerajinan tangan pun ada. Namun peningkatan ini akan lebih baik lagi jika juga disertai peningkatan ilmu kewirausahaan. Salah satunya adalah pengetahuan terkait pemasaran produk melalui kemasan produk juga pemanfaatan media sosial. Kurangnya pengetahuan akan kewirausahaan dan kurang maksimalnya persiapan untuk proses adaptasi para pelaku UMKM terhadap perubahan teknologi yang terjadi, khususnya media sosial dapat berdampak pada jangkauan pasar yang tidak luas. Selain itu, kemasan produk yang menarik juga dapat meningkatkan nilai jual produk. Dan hal inilah yang menjadi permasalahan dan perlu diperbaiki. Solusi yang dapat ditawarkan adalah dengan mengadakan kegiatan PKM pendampingan kewirausahaan yang berfokus pada pendesainan kemasan dan juga desain pemasaran yang dapat digunakan oleh para pelaku UMKM melalui media sosial. Kegiatan berlangsung dengan beberapa tahap pelaksanaan, namun kegiatan utama dilaksanakan pada 16 Desember 2021. Dihadiri dengan 100 UMKM yang berantusias untuk mengikuti kegiatan, akhirnya kegiatan pun berjalan dengan lancar. Juga tujuan yang sudah ditetapkan awalnya dapat tercapai.

Kata kunci: Kewirausahaan; Usaha Miro Kecil Menengah; Kemasan Produk; Media Sosial; Pemasaran

ABSTRACT

The increase of MSMEs in Belitung that has occurred since 2008 is a sign to be proud of. This can be seen from the increasing PAD and the emergence of various kinds of products that can be sold by MSMEs, ranging from food to handicrafts. However, this increase will be even better if it is also accompanied by an increase in entrepreneurship knowledge. One of them is knowledge related to product marketing through product packaging as well as the use of social media. The lack of knowledge about entrepreneurship and the lack of maximum preparation for the adaptation process of MSME actors to technological changes that occur, especially social media can have an impact on a limited market reach. In addition, attractive product packaging can also increase the selling value of the product. And this is a problem and needs to be fixed. The solution that can be offered is to hold entrepreneurship mentoring PKM activities that focus on packaging design and also marketing designs that can be used by MSME actors through social media. The activity took place in several stages of implementation, but the main activity was carried out on December 16, 2021. Attended by 100 MSMEs who were enthusiastic to take part in the activity, finally the activity went smoothly. Also the goals that have been set initially can be achieved.

Keywords: Entrepreneurship; Micro, Small and Medium Enterprises; Product Packaging; Social Media; Marketing

1. PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Rapii (2019) berpendapat bahwa masyarakat Indonesia masih memiliki tingkat kemampuan berwirausahaan yang rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Yang mana terjadi karna kurangnya pemaparan ilmu kewirausahaan pada masyarakat. Padahal, Dhamayantie & Fauzan (2017) menyatakan bahwa kepemilikan karakteristik kewirausahaan oleh pelaku usaha merupakan sesuatu yang penting, karena karakteristik kewirausahaan berkaitan dengan positif terhadap kesuksesan usaha. Sehingga dapat diartikan bahwa penguasaan ilmu kewirausahaan untuk mendapatkan karakteristik kewirausahaan merupakan hal yang perlu dilakukan oleh para pelaku UMKM. Karna dengan cara ini para pelaku UMKM dapat membawa usaha untuk menjadi lebih maju dibanding sebelumnya.

Dilain sisi, UMKM di Belitung yang telah mengalami peningkatan sejak 2008, terus semakin berkembang. Terbukti dari semakin banyaknya UMKM bahkan Pendapatan Asli Daerah yang juga ikut meningkat dan juga berbagai macam variasi produk yang dijual mulai dari makanan dan minuman hingga kerajinan tangan pun ada di Belitung. Namun peningkatan ini akan lebih baik lagi jika juga disertai peningkatan ilmu kewirausahaan. Salah satunya adalah pengetahuan terkait pemasaran produk melalui kemasan produk juga pemanfaatan media sosial. Bahkan Kurniawan (2017) memaparkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran merupakan hal yang baik, seperti penggunaan jejaring sosial (Facebook, Instagram, Instagram Marketing dan sebagainya), *microblogging platform* (Twitter, dan lain-lain), dan *e-commerce*. Selain itu, kemasan produk juga berperan penting dalam suatu usaha, karna menurut Njoto (2016) kemasan produk juga desainnya berpengaruh secara signifikan dengan keputusan yang dapat diberikan oleh konsumen terhadap pembelian. Sehingga dapat diartikan kemasan produk turut serta dalam pertimbangan konsumen untuk membeli atau tidak membeli suatu produk.

Permasalahan Mitra

Didasarkan perkembangan teknologi yang tidak ada hentinya, proses peradaptasian para pelaku usaha perlu ditingkatkan. Hal ini karena tidak ada yang bisa memprediksi dan memperkirakan terkait perkembangan dan juga perubahan teknologi. Salah satu yang paling terasa adalah pemanfaatan media sosial yang awalnya hanya untuk akun pribadi, tetapi sekarang dimanfaatkan juga untuk memasarkan dan mempromosikan produk-produk penjualan. Terlebih lagi jika dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar, pelaku UMKM lebih membutuhkan waktu yang relatif lebih banyak untuk persiapan proses adaptasi (Idah & Pinilih, 2020). Sedangkan jangkauan pasar dan konsumen UMKM di Belitung tidak besar. Salah satu alasan yang mendasarinya adalah karna kurangnya pengetahuan akan kewirausahaan dan kurang maksimalnya persiapan untuk proses adaptasi para pelaku UMKM terhadap perubahan yang terjadi. Padahal sekarang ini, banyak platform yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha, salah satunya adalah media sosial. Jika menggunakan media sosial, jangkauan pasar akan lebih luas. Selain itu, omset penjualan nantinya juga akan meningkat.

Dilain sisi, terdapat permasalahan lain yang berkaitan dengan *packaging* atau kemasan produk yang digunakan oleh para pelaku UMKM. Bahwa kemasan produk yang digunakan belum dapat secara maksimal menarik perhatian konsumen dan menambah nilai jual produk. Padahal kemasan

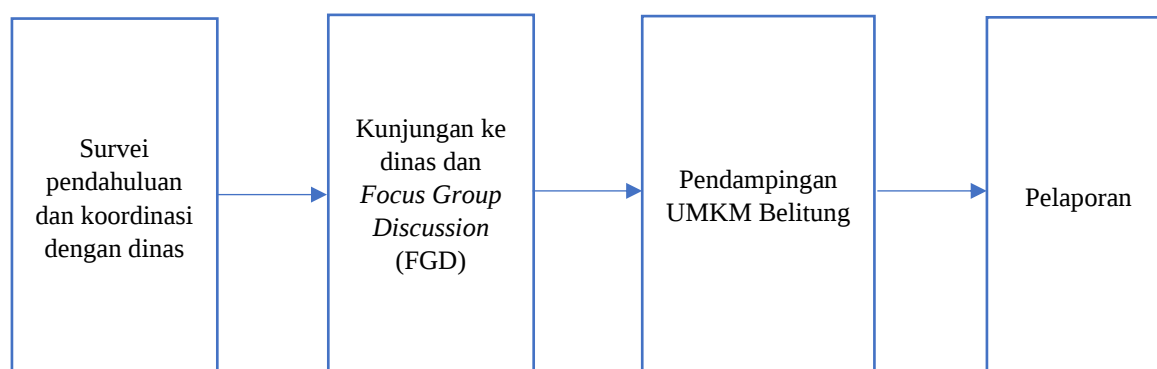
produk juga merupakan salah satu sarana promosi yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku usaha.

Solusi Mitra

Dari penjabaran permasalahan yang telah dilakukan, solusi yang dapat ditawarkan oleh tim PKM UNTAR adalah untuk melaksanakan kegiatan PKM berupa pendampingan kewirausahaan yang difokuskan untuk mendesain kemasan produk serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Kegiatan utama yaitu pendampingan kewirausahaan dilaksanakan pada 16 Desember 2021 dengan durasi waktu 9 jam, yaitu dari pukul 08.00 pagi hingga 17.00 sore.

Dengan adanya pendampingan kewirausahaan yang berfokus pada proses pendesainan ulang kemasan produk, nantinya akan berdampak baik bagi produk bahkan usaha itu sendiri. Mulai dari peningkatan nilai jual produk, pemfaatan kemasan produk sebagai sarana pemasaran, serta menghasilkan citra produk yang lebih baik dibanding sebelumnya. sehingga nantinya proses penjualan produk dapat dilakukan dengan lebih maksimal. Disamping itu, produk yang menggunakan kemasan yang baik dan menarik juga nanti dapat bersaing dengan produk dari pesaing, bahkan masuk kedalam kualifikasi produk unggulan.

2. METODE PELAKSANAAN PKM



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan PKM

Dalam kegiatan ini, diperlukan beberapa metode pelaksanaan yang bertujuan untuk memaksimalkan kegiatan yang dilakukan, antara lain sebagai berikut:

1. Survei pendahuluan dan koordinasi dengan dinas

Sebelum melaksanakan kegiatan, survei pendahuluan sangat penting untuk dilakukan. Survei ini berguna agar tim pelaksana mengetahui bagaimana karakteristik UMKM yang akan berpartisipasi serta mengetahui kekuatan, kelemahan bahkan permasalahan secara umum yang dihadapi UMKM dan perlu diberikan solusi. Selain itu, dalam tahap ini juga dilakukan koordinasi dengan dinas UMKM Belitung guna meminta izin untuk memperlancar kegiatan yang akan dilaksanakan. Tahap ini berlangsung dari 11 Desember 2021 sampai dengan 13 Desember 2021.

2. Kunjungan ke dinas dan *Focus Group Discussion* (FGD)

Kunjungan dinas yang dilakukan oleh tim pelaksana merupakan tahap lanjutan dari koordinasi yang telah dilakukan dengan pihak dinas UMKM Belitung. Sedangkan FGD merupakan suatu

pendekatan yang digunakan oleh tim pelaksana dengan tujuan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan UMKM dengan lebih spesifik dan detail. Tahap FGD ini diikuti oleh perwakilan umum dari UMKM, dinas UMKM Belitung, serta pelanggan dari UMKM Belitung. Tahap ini berlangsung pada 15 Desember 2021.

3. Pendampingan UMKM Belitung

Pada 16 Desember 2021, diselenggarakanlah kegiatan utama yaitu pendampingan kewirausahaan untuk UMKM. Sebanyak 100 UMKM berpartisipasi dalam pendampingan kewirausahaan ini, dan dimulai sejak pukul 08.00 pagi hingga 17.00 sore. Kegiatan ini dilakukan dalam sesi paralel, yang mana dibagi kedalam 4 sesi dan 3 kelompok UMKM yang masing-masing terdiri dari 25 UMKM.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini, tim pelaksana yang terdiri dari 3 dosen dan 3 mahasiswa melakukan sesi wawancara untuk menggali informasi berupa kekuatan, kelemahan, potensi bahkan permasalahan dari masing-masing UMKM. Disamping itu, dalam pendampingan kewirausahaan ini juga dilakukan sesi dokumentasi yang akan digunakan untuk mendesain materi promosi untuk pihak UMKM.

4. Pelaporan

Pada tahap ini, dilakukanlah pembuatan laporan yang berisikan rincian keseluruhan kegiatan guna memberikan informasi terhadap mitra-mitra ataupun UMKM-UMKM yang memiliki permasalahan yang sama.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam kegiatan pendampingan kewirausahaan ini, dilakukanlah metode survei guna memaksimalkan kegiatan yang dilaksanakan. Metode survei dilakukan dengan mengajukan beberapa pertanyaan kepada UMKM terkait nama UMKM, produk yang dihasilkan dan jenis serta variasi produk, lama usaha telah berjalan, *tagline* dari usaha atau produk, proses dan sarana dalam pemasaran produk, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi.

Dari keseluruhan pertanyaan yang telah diajukan, didapati hasil dari masing-masing UMKM. Yaitu bahwa perlunya ada pendampingan kewirausahaan terutama terkait dengan *packaging* atau kemasan produk yang akan dipasarkan, serta penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran produk. Hal ini dikarenakan bentuk kemasan yang ada pada produk masih terkesan konvensional, sehingga tidak maksimal untuk menambah nilai jual produk. Padahal jika UMKM dapat memasarkan produk dengan kemasan yang dapat menarik perhatian dan juga menimbulkan rasa nyaman serta mudah untuk digunakan, nilai jual produk tentunya akan meningkat. Peran dari kemasan produk bukanlah hanya sebagai pembungkus produk, tetapi juga dapat digunakan sebagai sarana pemasaran produk. Selain itu, hasil survei yang telah diisi oleh para pelaku UMKM akan digunakan menjadi bahan untuk pendesainan *packaging* produk.

Sehingga, dilakukanlah pendesainan kemasan produk sebagai salah satu bentuk solusi yang dapat ditawarkan dari tim pelaksana kepada UMKM. Yang mana dengan pembuatan dan pendesainan kemasan baru pada produk dapat membantu UMKM untuk lebih meraih kepercayaan konsumennya. Selain itu, kemasan juga dapat memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan dari produk, juga melindungi produk dalam proses pendistribusian dari produsen hingga sampai pada tangan konsumen. Identifikasi produk juga akan lebih efektif dengan menggunakan kemasan yang baik dan sesuai dengan sebagaimana fungsinya.

Dengan kegiatan ini, sangat diharapkan jika UMKM dapat mengambil ilmu terutama terkait dengan kemasan produk dan penggunaan media sosial. Yang mana pada akhirnya UMKM juga dapat menjangkau lebih banyak pasar dan juga konsumen.

Berikut merupakan beberapa desain kemasan juga desain promosi yang dapat digunakan melalui media sosial.



Gambar 2. Desain Hasil Kegiatan PKM

4. KESIMPULAN

Dari keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat diambil. Bahwa kualitas produk-produk yang diproduksi oleh para UMKM adalah sangat baik.

Namun kualitas ini belum dibarengi dengan kemasan yang menarik yang bisa meninggikan nilai jual produk dan dimanfaatkan sebagai alat pemasaran. Terlebih lagi, munculnya pesaing-pesaing lain yang produknya dibungkus dengan kemasan yang menarik sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk tersebut. Hal ini dikarenakan dengan adanya pengembangan desain dari kemasan produk, para pelaku usaha dapat menghasilkan berbagai macam variatif kemasan yang menarik perhatian konsumen.

Oleh karena itu, kepekaan dari para pelaku UMKM terkait permasalahan ini menghasilkan kegiatan pendampingan kewirausahaan UMKM. Dari kegiatan ini menghasilkan solusi untuk permasalahan yang ada, beberapa contohnya adalah adanya bantuan desain kemasan dan juga desain promosi untuk media sosial, serta adanya proses transfer ilmu terkait kewirausahaan.

Selain itu, dari kegiatan ini tim PKM Universitas Tarumanagara sudah dapat mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Yaitu memberikan pendampingan kewirausahaan bagi para pelaku UMKM di Belitung serta untuk meningkatkan potensi pemasaran UMKM terutama melalui kemasan produk sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk dan menjangkau pasar serta konsumen lebih luas.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada Lembaga Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPKM) Universitas Tarumanagara atas dukungan material dan nonmaterial yang diberikan. Juga untuk para pelaku UMKM Belitung yang telah ikut berpartisipasi dalam kegiatan yang berlangsung. Serta tak lupa dinas UMKM Belitung yang telah membantu tim pelaksana Universitas Tarumanagara.

REFERENSI

- Rapii, M. (2019). Mengukur potensi wirausaha pada program pelatihan kewirausahaan mahasiswa pendidikan ekonomi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(2), 126-135.
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). Strategi pengembangan digitalisasi UMKM. *Prosiding*, 9(1).
- Dhamayantie, E., & Fauzan, R. (2017). Penguatan karakteristik dan kompetensi kewirausahaan untuk meningkatkan kinerja UMKM. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis dan Kewirausahaan*, 11(1), 80-91.
- Kurniawan, P. (2017). Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai komunikasi pemasaran modern pada Batik Burneh. *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).
- Njoto, T. K. (2016). Pengaruh desain kemasan, cita rasa, dan variasi produk terhadap keputusan pembelian konsumen Bumi Anugerah. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 1(4), 455-463.