



PENGEMBANGAN INOVASI KEMASAN DAN LOGO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK UMKM KERUPUK MAKARONI

Ditha Meiliasari^{1*}, Sulastri Irbayuni².

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

*E-mail: 21012010053@student.upnjatim.ac.id lastrimanajemen16@gmail.com

ABSTRAK

Permasalahan yang dihadapi nasabah UMKM BTPN Syariah adalah rendahnya edukasi mengenai pengetahuan dan kemampuan berwirausaha. Maka BTPN Syariah berupaya untuk meningkatkan Tingkat kesejahteraan nasabahnya melalui program Sahabat Daya ini. Program Sahabat Daya merupakan program pendampingan kepada nasabah BTPN Syariah dalam kegiatan pemberdayaan dalam meningkatkan kapasitas skill bagi ibu-ibu prasejahtera produktif di bidang kewirausahaan. Program ini bertujuan untuk memecahkan kendala yang dialami oleh UMKM yaitu menemukan strategi inovasi kemasan dan logo produk untuk meningkatkan daya Tarik produk. Program Fasilitator Pendamping sendiri dilaksanakan dalam 4 sesi (4 bulan) dan masing-masing sesi akan dilakukan sebanyak 4 kali pertemuan atau dalam artian seminggu 1 kali, dalam 1 sesi kegiatannya terdiri dari beberapa tahap yaitu survey usaha/perkenalan, pemberian materi, review materi, praktik, dan penutup. Dari kegiatan yang sudah dilakukan didapatkan kesimpulan bahwa kendala yang ditemukan adalah kemasan produk masih menggunakan plastik polos dan belum mempunyai logo pada kemasannya. Kegiatan dalam pelatihan yaitu dengan memberikan materi dan praktik tentang pentingnya kemasan dan identitas usaha memiliki dampak positif dalam mengembangkan dan memasarkan produknya karena sudah mengetahui trik dan tips dari pemaparan materi. Nasabah selaku pemilik UMKM lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang higienis dan menarik.

Kata kunci: Inovasi; UMKM; Fasilitator Pendamping; BTPN Syariah

DEVELOPMENT OF PACKAGING AND LOGO INNOVATIONS TO INCREASE THE ATTRACTIVENESS OF MSME MACARONY CRACKERS

ABSTRACT

The problem faced by BTPN Syariah MSME customers is the lack of education regarding knowledge and entrepreneurial skills. So BTPN Syariah strives to increase the level of welfare of its customers through the Sahabat Daya program. The Sahabat Daya Program is a mentoring program for BTPN Syariah customers in empowerment activities to increase skill capacity for productive underprivileged mothers in the field of entrepreneurship. This program aims to solve the obstacles experienced by MSMEs, namely finding packaging innovation strategies and product logos to increase product attractiveness. The Facilitator Program itself is carried out in 4 sessions (4 months) and each session will be held 4 times or in the sense of once a week, in 1 session the activities consist of several stages, namely business survey/introduction, providing material, reviewing material, practice, and closing. From the activities that have been carried out, it was concluded that the problem found was that the product packaging still used plain plastic and did not have a logo on the packaging. Activities in the training, namely providing material and practice about the importance of packaging and business identity, have a positive impact on developing and marketing their products because they already know the tricks and tips from the material presented. Customers as MSME owners understand better how to apply hygienic and attractive packaging.

Keywords: Innovation; MSMEs; Accompanying Facilitator; BTPN Syariah

PENDAHULUAN

Berdasarkan definisi yang dicantumkan BTPN Syariah pada platform Kampus Merdeka, disebutkan bahwa Fasilitator Pendamping (Program Sahabat Daya) merupakan program pendampingan kepada nasabah selaku pemilik UMKM BTPN Syariah dalam kegiatan pemberdayaan dalam meningkatkan kapasitas skill bagi ibu-ibu prasejahtera produktif di bidang kewirausahaan. Hal itu didasari oleh mimpi nasabah selaku pemilik UMKM untuk mengubah hidup mereka melalui



usaha, kerja keras, disiplin dan saling membantu. Untuk itu, Program Sahabat Daya hadir mengkomodifikasi mimpi tersebut.

Fasilitator Pendamping adalah seorang yang telah mendapatkan pembekalan dari BTPN Syariah yang bertugas untuk Memberikan pendampingan kepada nasabah selaku pemilik UMKM BTPN Syariah, yaitu perempuan/ibu2 dari masyarakat prasejahtera produktif/pelaku ultra mikro, dalam kegiatan pemberdayaan dan meningkatkan kapasitas maupun skill wirausaha nasabah selaku pemilik UMKM dalam menjalankan usahanya. Program ini memberikan kesempatan mahasiswa untuk terjun kelapangan menemui nasabah selaku pemilik UMKM prasejahtera produktif yang perlu diberdayakan agar bisa meningkatkan skill baik di bidang kewirausahaan.

Salah satu hal yang sangat penting dalam perkembangan suatu bisnis adalah inovasi. Suatu produk dapat dikatakan baik dan menarik bukan hanya dari segi rasanya saja tetapi juga dari strategi pengemasan produknya. Desain kemasan menjadi salah satu faktor pendorong penjualan produk. Hal ini juga terkait dengan nilai tambah kemasan yang dapat mempengaruhi sugesti konsumen dan dinilai sangat efektif (Rico Elhando Badri et al., 2022).

Daya tarik terhadap produk tidak hanya dilihat dari rasa tetapi juga dari kemasan produknya (Andini & Anggraeni, 2016). Pengemasan yang baik dan menarik sangat diperlukan dimasa sekarang untuk memikat pembeli. Pengemasan merupakan pembungkusan, pewadahan atau pengepakan pada produk yang bertujuan memberikan perlindungan dan memegang peranan penting dalam penanganan, pendistribusian dan pengawetan bahan pangan. Selain itu pengemasan juga dapat melindungi produk dari lingkungan luar. Pengemasan sebaiknya dibuat semenarik mungkin agar dapat menarik pembeli (Marlina et al., 2020).

Desain kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan produk. Hal ini juga terkait dengan nilai tambah kemasan yang dapat mempengaruhi sentimen konsumen dan dinilai sangat efektif. Secara keseluruhan, perusahaan harus memiliki tim desain sendiri untuk bisnis pengemasan ini. Untuk itu, desain kemasan sangat penting dalam penjualan produk (Agustina et al., 2021). Terutama elemen desain kemasan seperti pilihan warna dan keunikan. Oleh karena itu, pengayaan unsur kemasan yang baik dan sesuai dengan produk harus diperhatikan agar dapat meningkatkan tingkat penjualan (Rico Elhando Badri et al., 2022).

Strategi pemasaran melalui kemasan bermerek saat ini memegang peranan dan posisi penting dalam keberlangsungan suatu produk komersial. Saat ini persaingan produk komersial dalam hal ini produk UMKM tidak hanya terbatas pada persaingan rasa dan inovasi rasa, namun juga persaingan dalam bentuk inovasi kemasan. Tentunya suatu produk komersial khususnya pangan tidak terlepas dari kemasan. Selain berperan sebagai wadah juga dapat menimbulkan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Produk makanan UMKM saat ini perlu lebih giat dalam menciptakan dan menciptakan kemasan dengan keinginan untuk menjadi daya tarik yang unik dan berkesan bagi konsumen. Kemasan menjadi pembeda dari pesaing komersial, kemasan menjadi ciri pengenalan suatu produk komersial yang berisi informasi dasar tentang produk tersebut (Amilia et al., 2023).

Permasalahan yang dihadapi mitra selama ini tidak memiliki kemasan yang menarik untuk produk kerupuk makaroni, Hanya menggunakan plastik sebagai pembungkus, sehingga kurang menarik untuk dibeli. Pengemasan produk UMKM Kerupuk Makaroni ini masih bersifat tradisional dan sangat polos dengan menggunakan plastik polos dan diikat oleh tali rafia lalu digantung menjadi satu. Maka dari itu, tujuan dari Program ini yaitu untuk mengoptimalkan strategi inovasi kemasan dan logo produk agar meningkatkan daya Tarik dan memperluas jangkauan pasarnya dapat berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan dan logo.

METODE

Metode yang akan digunakan dalam kegiatan ini adalah: metode observasi, metode diskusi, dan metode ceramah. Rencana kegiatan pendampingan dalam 1 sesi akan dilaksanakan ke dalam beberapa tahap, yaitu:

- 1) Survey Usaha & Perkenalan

Dalam tahap ini fasilitator menganalisis kondisi dan kendala yang dialami oleh UMKM menggunakan analisis SWOT. Dan perkenalan dengan nasabah selaku pemilik UMKM.

- 2) Pengajaran Materi

Kegiatan ini dimulai dengan pemaparan materi tentang solusi dari kendala UMKM.



- 3) Review materi
Tahap ini dilakukan untuk memberikan ulasan terhadap materi yang sudah pernah diajarkan pada pertemuan sebelumnya dan agar para nasabah selaku pemilik UMKM memahami materi dengan lebih mendalam sehingga dapat diimplementasikan pada usahanya.
- 4) Praktik
Saat proses pendampingan fasilitator membimbing dan memberikan tugas kepada nasabah selaku pemilik UMKM untuk mempraktikkan materi.
- 5) Penutupan
Pada tahap ini fasilitator mereview seluruh materi, mewawancarai nasabah selaku pemilik UMKM selaku nasabah selaku pemilik UMKM untuk survey evaluasi program Sahabat Daya ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan ini telah dilakukan pada usaha Kerupuk Makaroni melalui pendekatan secara langsung dengan metode observasi, diskusi dan ceramah. Tahapan dalam pelaksanaan pendampingan ini meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut:

1) Survey Usaha & Perkenalan

Tahapan Pertama pada kegiatan Pendampingan ini diawali dengan survey langsung ke lapangan pada rumah pemilik UMKM/tempat produksi pada tanggal 6 November 2023. Pada pertemuan pertama ini penulis sebagai pendamping melakukan perkenalan yang mana pada sesi ini merupakan tahap awal agar pendampingan kedepannya dapat berjalan dengan lancar.

Pada kegiatan ini penulis melakukan pengamatan latar belakang kondisi lebih detail tentang kendala yang dialami oleh Nasabah selaku pemilik UMKM. Kemudian pada sesi ini penulis juga mengamati usaha nasabah selaku pemilik UMKM yang mana setelah dilakukan pengamatan kegiatan selanjutnya adalah membuat analisis SWOT. Pembuatan analisis SWOT bertujuan untuk menentukan materi yang cocok yang nantinya akan diberikan ke nasabah selaku pemilik UMKM agar usahanya semakin berkembang. Dari kegiatan ini diperoleh informasi bahwa Nasabah selaku pemilik UMKM masih menggunakan kemasan plastik polos dan belum memiliki identitas usaha/logo, sehingga kemasannya masih terlihat biasa saja.

2) Pengajaran Materi

Kegiatan ini telah dilaksanakan pada 14 November 2023, pada tahap ini Penulis melakukan pemaparan materi dengan metode ceramah dan diskusi kepada Nasabah selaku pemilik UMKM tentang kemasan dan logo Produk. Pengajaran materi dilakukan menggunakan media laptop. Hal tersebut karena dengan adanya media tersebut dapat membantu nasabah selaku pemilik UMKM untuk lebih nyaman dalam pemberian materi. Selain itu dengan metode tersebut juga lebih efektif agar Nasabah selaku pemilik UMKM dapat lebih paham terkait materi yang diberikan. Kegiatan ini dimulai dengan pemaparan materi tentang Solusi dari kendala UMKM, yaitu tentang pentingnya kemasan dan logo, serta strategi pemasaran sesuai dengan produk dan kondisi UMKM. Penulis juga akan memberikan tentang pemahaman tentang bentuk-bentuk model kemasan yang dapat digunakan dalam proses kemasan.

3) Review materi

Kegiatan ini telah dilaksanakan pada 22 November 2023 bersamaan dengan praktik. Sebelum melakukan Praktik Fasilitator melakukan review materi kepada Nasabah selaku pemilik UMKM pendampingan dimana kegiatan ini dilakukan untuk memberikan ulasan terhadap materi yang sudah pernah diajarkan pada pertemuan sebelumnya.

4) Praktik

Kegiatan ini telah dilaksanakan pada 22 November 2023. Pendampingan dilakukan mengenai pembuatan logo dan menunjukkan contoh kemasan yang akan diberikan. Mendesain Logo melalui aplikasi Canva Logo melalui aplikasi Canva, dan berdiskusi tentang bentuk kemasan yang akan digunakan. Logo pada kemasan bertujuan agar produk dapat lebih dikenal oleh customer dan memiliki



pembeda dengan produk pesaing. Serta memberikan motivasi dan informasi yang diperlukan untuk program ini.

5) Penutupan

Kegiatan ini dilakukan pada 30 November 2023. Pada tahap ini Fasilitator mereview seluruh materi, mewawancarai nasabah selaku pemilik UMKM untuk evaluasi. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi tingkat motivasi Nasabah selaku pemilik UMKM untuk memastikan keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Pada kegiatan evaluasi ini diketahui bahwa Kerupuk Makaroni mengalami peningkatan penjualan karena telah banyak diketahui masyarakat, hal tersebut disebabkan promosi yang dilakukan melalui pembuatan logo dan telah menggunakan kemasan higienis dan menarik.

SIMPULAN & SARAN

Simpulan

Kendala yang ditemukan adalah kemasan produk masih menggunakan plastik polos dan belum mempunyai logo pada kemasannya. Kegiatan dalam pelatihan yaitu dengan memberikan materi tentang pentingnya kemasan dan identitas usaha memiliki dampak positif dalam mengembangkan dan memasarkan produknya karena sudah mengetahui trik dan tips dari pemaparan materi. Nasabah selaku pemilik UMKM lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang higienis dan menarik.

Saran

1. Perlu adanya pendampingan dan pemantauan lebih lanjut terkait pemasaran produk agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi.
2. Perlu pelatihan di bidang manajemen usaha sebagai cara untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mitra tentang pengelolaan usaha yang efektif dan efisien sehingga usaha dapat berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas" (J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Amilia, S., Putri, T., Bulan, L., & Dewi, M. (2023). *Strategi Inovasi Packaging dan Branding "Waroeng Mama Aakif."* 2.
- Andini, D. P., & Anggraeni, O. J. (2016). Inovasi Kemasan Sebagai Daya Tarik Produk Aneka Camilan di Desa Curah Malang Kecamatan Rambipuji Kabupaten Jember. *Seminar Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Dana BOPTN Tahun 2016*, 1, 156–158.
- Marlina, Sari, R., & Dewi, R. (2020). Inovasi Kemasan Sebagai Daya Tarik Produk Aneka Kue Khas Aceh Pada UMKM Usaha Kue Bungong Jaroe. *Proceeding Seminar Nasional Politeknik Negeri Lhokseumawe*, 4(1), 19–21. <http://e-jurnal.pnl.ac.id/semnaspnl/article/view/2467%0Ahttp://e-jurnal.pnl.ac.id/semnaspnl/article/viewFile/2467/2075>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>