

## **PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK UMKM MELALUI PENDAMPINGAN PENGEMASAN PRODUK (PACKAGING) DI DESA BALESARI KECAMATAN WINDUSARI KABUPATEN MAGELANG**

**Andhatu Achsa, Fitrah Sari Islami, Dinar Melani Hutajulu**

3Jurusan Ekonomi Pembangunan, Universitas Tidar  
*dinarmelani@untidar.ac.id*

### **Abstract**

MSMEs product of Balesari Village, namely snacks, still have limitations in the product distribution area, in traditional markets. In addition, the level of product sales is also fluctuating due to the lack of consumer buying interest in the product. Consumers are less interested in the appearance of products that are still traditional, without brand labels and product permits. Furthermore, there has been no assistance on good product packaging to increase the selling value of the product. The purpose of this service activity is to provide assistance to MSMEs related to product packaging, mentoring and training on product design making, as well as discussions regarding attractive product brands. This service activity uses 3 methods in its implementation, the first method is the lecture and mentoring method, the second is the tutorial method and the third is the discussion method. From the implementation of these activities, about 85% of the assisted communities, namely entrepreneurs, have understood the importance of good and safe packaging and can make packaging that is suitable for the type of MSMEs products. About 90% of entrepreneurs understand the importance of product design and how to make a product design that fits the market segment of the product. Approximately 95% of MSMEs entrepreneurs have determined their product brands based on the results of discussions conducted with the service team.

*Keywords: product sale, brand, product design, product packaging, MSMEs*

### **Abstrak**

Produk UMKM Desa Balesari yaitu makanan ringan masih memiliki keterbatasan pada area distribusi produk yaitu hanya pada pasar tradisional. Selain itu tingkat penjualan produk juga fluktuatif karena kurangnya minat beli konsumen terhadap produk. Konsumen kurang berminat dengan tampilan produk yang masih tradisional, tanpa label brand dan izin produk. Lebih lanjut, belum ada pendampingan tentang pengemasan produk yang baik untuk meningkatkan nilai jual produk. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pendampingan UMKM terkait pengemasan produk, pendampingan dan pelatihan pembuatan design produk, serta diskusi terkait brand produk yang menarik. Kegiatan pengabdian ini menggunakan 3 metode dalam pelaksanaannya, metode yang pertama yaitu metode ceramah dan pendampingan, kedua yaitu metode tutorial dan ketiga metode diskusi. Dari pelaksanaan kegiatan tersebut, sekitar 85% masyarakat binaan yaitu para pengusaha telah memahami pentingnya pengemasan yang baik dan aman serta dapat membuat kemasan yang sesuai dengan jenis produk UMKM tersebut. Sekitar 90 % para pengusaha telah memahami pentingnya desain produk dan cara membuat desain produk yang sesuai dengan segmen pasar dari produk tersebut. Sekitar 95 % para pengusaha UMKM telah menetapkan brand produk mereka berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan dengan tim pengabdian..

*Kata kunci: penjualan produk, merk, desain produk, pengemasan produk, UMKM*

## PENDAHULUAN

UMKM merupakan sektor perekonomian yang sangat penting dalam menunjang kesejahteraan masyarakat. UMKM tetap menjadi andalan pemerintah untuk terus memacu aktivitas ekonomi (BI, 2015). Di berbagai daerah di Indonesia, UMKM menjadi andalan baik masyarakat kota maupun pedesaan untuk menambah sumber pemasukan (Sarfiyah, Atmaja, & Verawati, 2019). Sama halnya dengan Desa Balesari di Kabupaten Magelang Provinsi Jawa Tengah yang menjadikan UMKM sebagai mata pencaharian utama ekonomi masyarakatnya. Desa Balesari merupakan desa binaan Universitas Tidar (Untidar) yang dimana sebagian masyarakatnya memiliki antusiasme yang cukup tinggi dalam berwirausaha, diantaranya yaitu UMKM makanan ringan. Usaha ini juga merupakan usaha turun temurun. Dalam segi produksi, para pelaku usaha mendapatkan profit Rp11.000,- per kilogramnya dengan bantuan 2 karyawan yang setiap harinya diberi upah sebesar Rp8.000,- per kilogramnya.

Adapun masalah yang terkait didalam usaha makanan ringan ini antara lain usaha makanan ringan memiliki keterbatasan area distribusi produk yaitu hanya pada pasar tradisional. Selain itu tingkat penjualan produk juga fluktuatif karena kurangnya minat beli konsumen terhadap produk. Konsumen kurang berminat dengan tampilan produk yang masih tradisional, tanpa label brand dan izin produk. Lebih lanjut, belum ada pendampingan tentang pengemasan produk yang baik untuk meningkatkan nilai jual produk. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pendampingan bagi UMKM agar meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang kualitas pengemasan produk yang baik, design produk yang

lebih menjual, dan pembuatan brand produk yang tepat untuk meningkatkan daya saing produk di pasar. Sebelumnya pada kegiatan pengabdian yang dilakukan (Umdiana, Sri, Suprihatin, & Kodriyah, 2018), dikatakan bahwa desain produk dapat meningkatkan daya saing produk di pasaran dan menambah perkembangan UMKM yang berdampak pada peningkatan penjualan. Selain itu, packaging pada produk usaha UMKM juga dapat meningkatkan pemasaran produk sehingga dapat menambah volume penjualan produk (Widiati, 2020). Tidak hanya packaging, brand juga menjadi strategi penting dalam menunjang kemajuan UMKM (Aristawidia, 2020).

Oleh karena itu, tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat ini mengusulkan kegiatan pengabdian yang berjudul “Peningkatan Penjualan Produk UMKM Melalui Pendampingan Pengemasan Produk (Packaging) di Desa Balesari Kecamatan Windusari Kabupaten Magelang”. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pendampingan UMKM terkait pengemasan produk, pendampingan dan pelatihan pembuatan design produk, serta diskusi terkait brand produk yang menarik. Sehingga melalui pendampingan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat berupa peningkatan nilai jual produk, peningkatan kepercayaan konsumen dan minat belinya serta peluang perluasan area distribusi.

## METODE

Kegiatan pengabdian ini menggunakan 3 metode dalam pelaksanaannya, metode yang pertama yaitu metode ceramah dan pendampingan, kedua yaitu metode tutorial dan ketiga metode diskusi.

Metode Ceramah dan Pendampingan

Metode ceramah dilakukan untuk menjelaskan cara-cara dalam pengemasan produk yang baik dan benar kepada para pengusaha. Selain itu juga dijelaskan standar pengemasan yang aman dan baik untuk menjaga kualitas produk umkm yang di pasarkan. Kemudian melakukan pendampingan terhadap para pengusaha UMKM tersebut dalam membuat kemasan yang baik dan benar serta aman untuk produk. Pendampingan dilakukan bersama-sama oleh tim pengabdian dengan mengumpulkan para pengusaha UMKM Desa Balesari.

#### **Metode Tutorial**

Peserta pelatihan diberikan materi mengenai persiapan pembuatan design produk UMKM demi keberlanjutan dan daya saing produk UMKM Desa Balesari. Pembuatan desain produk di sampaikan secara urut dengan langkah-langkah dari awal hingga akhir. Pembuatan desain juga dapat dilakukan dengan menggunakan hape dengan memakai aplikasi tertentu dalam pembuatan desain produk.

#### **Metode Diskusi**

Peserta pelatihan diberikan kesempatan untuk mendiskusikan permasalahan dan solusi terkait brand produk UMKM. Kemudian mendiskusikan merk yang tepat untuk produk umkm yang bisa didasarkan pada filosofis usaha, sejarah usaha, atau hal lain yang dirasa menarik dan berkaitan dengan usaha tersebut. Serta memberikan saran-saran tambahan terkait merk/brand yang sesuai dan dapat menarik konsumen.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program kegiatan masyarakat ini dilakukan dengan bekerja sama dengan mitra yaitu koordinator pengusaha makanan ringan Desa Balesari dan juga

bekerja sama dengan Kepala Desa Balesari dengan harapan adanya sinergitas antara pengusaha, pemimpin desa dan tim pengabdian untuk mendorong kemajuan UMKM di Desa Balesari.

Tempat pelaksanaan kegiatan di fasilitasi oleh kepala desa Desa Balesari dengan pemberian izin penggunaan balai desa sebagai tempat untuk diadakannya rangkaian kegiatan pengabdian oleh tim pengabdian. Kemudian, koordinator pengusaha di Desa Balesari membantu dalam menghimpun para pengusaha untuk turut hadir dalam kegiatan pengabdian ini dengan menyampaikan berbagai tujuan dan harapan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini.

Kegiatan dilakukan pada hari jumat tanggal 4 Juni 2021 yang bertempat di Balai Desa Desa Balesari dan dihadiri oleh kepala desa serta beberapa staf, koordinator pengusaha makanan ringan UMKM Desa Balesari, dan pengusaha makanan ringan lebih kurang 31 orang. Acara dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 12.00 WIB.

#### **Ceramah dan Pendampingan Pengemasan Produk**

Tim pengabdian memberikan ceramah mengenai pengemasan produk. Tim memberikan gambaran mengenai kemasan dan pengemasan pada produk. Setelah itu, tim mempresentasikan berbagai kemasan produk yang dipakai oleh produk produk yang sudah terkenal. Beberapa persoalan dihadapi oleh para pengusaha UMKM seperti penentuan bahan kemasan, bentuk kemasan, label kemasan serta biaya pembuatan kemasan. Biasanya kemasan yang baik dan menarik cenderung mahal. Namun, tim pengabdian menawarkan alternatif kemasan unik dan menarik dengan harga yang cukup

terjangkau dan sesuai dengan harga produk usaha masyarakat Desa Balesari.



**Gambar 1. Penyampaian Materi Packaging Produk**

Tim juga menjelaskan berbagai fungsi kemasan mulai dari keamanan produk, sebagai wadah makanan, pelindung makanan, memudahkan proses distribusi, proses penyimpanan serta perhitungan, penarik minat konsumen, serta menjadi nilai dari sebuah makanan. Selain itu kemasan juga dapat dijadikan media informasi mengenai komposisi serta nilai gizi yang terkandung di dalamnya.

Umumnya penggunaan kemasan produk makanan ringan di Desa Balesari menggunakan plastik. Beberapa varian plastik kemasan makanan seperti polietilen (PE), poli propilen (PP), polyester, nylon serta film vinil. Karena jenis usaha makanan ini termasuk makanan ringan, biasanya pengusaha menggunakan plastik PP untuk mengemas makanannya. Pembuatan label menjadi penting pada tahap ini, dimana saat mengemas, perlu adanya label yang menjadi sumber informasi bagi produk makanan tersebut seperti kode produksi dan kadaluarsa.

Setelah melakukan kegiatan ceramah, tim melakukan pendampingan dalam pengemasan produk umkm masyarakat. Beberapa hal-hal penting seperti pencantuman label pada kemasan dan informasi mengenai

produk juga di lampirkan pada proses pengemasan.

### **Tutorial Desain Produk**

Tim pengabdian memerikan arahan yang tepat untuk mengembangkan produk dengan desain produk yang lebih baik. Dengan memberikan penjelasan bahwa desain yang baik dan menarik akan memberikan nilai produk tersendiri pada produk usaha kita. Selain itu, dengan melakukan desain produk, usaha kita akan memiliki citra produk yang baik dan dapat diandalkan oleh masyarakat sebagai produk yang terpercaya dengan desain yang sesuai dan menarik.



**Gambar 2. Arahan Mengenai Desain Produk**

Penentuan desain produk ini dapat berdampak pada pertambahan nilai produk yang nantinya akan memberikan keuntungan berupa peningkatan omset karena meningkatnya nilai jual produk di mata masyarakat. Selain itu, visual produk yang baik juga menjadi alasan kenapa penting untuk melakukan desain produk. Karena, semakin tertarik konsumen dengan desain produk, maka semakin meningkat juga jumlah produksi yang akan terjual.

Kemudian tim pengabdian memberikan tutorial bagaimana sebenarnya cara membuat desain yang menarik. Pembuatan desain produk diarahkan pada pembuatan desain

menggunakan handphone. Hal ini dikarenakan para pengusaha tidak sepenuhnya mahir jika menggunakan software rumit seperti corel draw, photoshop atau menggunakan microsoft pada laptop/pc. Sehingga para pelaku usaha dapat mendesain produk mereka hanya dengan menggunakan handphone dengan penggunaan aplikasi desain. Namun sebelum melakukan desain produk, ada beberapa tahap-tahap yang perlu di tentukan dan ditetapkan, yaitu :



**Gambar 3. Tahap-Tahap dalam Membuat Desain Produk**

Setelah melakukan hal di atas, maka para pengusaha sudah memiliki gambaran mengenai desain produk yang sesuai untuk produk makanan ringan mereka. Selanjutnya desain tersebut akan dijadikan sebagai desain produk terbaru dari produk UMKM makanan ringan tersebut.

#### **Diskusi Brand Produk**

Selanjutnya tim pengabdian menggunakan metode diskusi pada sesi pembahasan brand produk. Tim menjelaskan kepada para pengusaha UMKM bahwa brand adalah identitas utama pada produk sehingga membuat para pembeli mengenal dengan jelas dan mengingat produk tersebut. Beberapa brand ternama seperti Aqua atau Indomie menjadi contoh jelas bagi para pengusaha, bagaimana brand dapat menghipnotis konsumen. Seperti aqua yang membuat citra minuman berkualitas, sehingga konsumen mengenal bahwa aqua berkualitas dan terpercaya. Juga seperti brand indomie dimana masyarakat sudah tahu bahwa

indomie itu enak dan sesuai selera konsumen. Sehingga varian apapun yang dikeluarkan indomie, pasti akan dikonsumsi oleh masyarakat.



**Gambar 4. Foto Kegiatan Pengabdian Bersama Pengusaha UMKM Desa Balesari**

Diskusi dilakukan agar para pengusaha dapat sharing berbagai hal yang menjadi kendala dalam penentuan brand produknya. Karena memang branding sangat penting untuk kemajuan bisnis. Banyak dari pengusaha kebingungan untuk menentukan brand yang sesuai. Kemudian tim memberikan arahan mengenai pembuatan brand yang sebaiknya melihat dulu siapakah target pasar atau konsumen produk usaha, kemudian melihat bagaimana kompetitornya dalam melakukan branding produk sejenis, serta menetapkan karakteristik atau kekhasan produk. Hal ini dilakukan agar produk UMKM tersebut memiliki identitas serta khas yang membuat masyarakat langsung mengingat bagaimana kualitas dari produk tersebut ketika mendengar atau melihat brand produk tersebut.

#### **Analisis Hasil Kegiatan**

Lokasi kegiatan pengabdian yang dilakukan sudah sesuai dengan arahan kegiatan pengabdian yang ditentukan oleh Universitas Tidar, dimana daerah yang dipilih merupakan

daerah yang sesuai untuk dilakukan pembinaan. Topik pengemasan produk, brand serta desain produk sudah sesuai dengan harapan dan keinginan para pengusaha UMKM Desa Balesari. Para pengusaha tersebut ingin melakukan perubahan pada aspek produk agar dapat meningkatkan penjualan dan memang beberapa hal yang minim dilakukan oleh pengusaha yaitu kemasan yang kurang menarik, tidak adanya desain serta brand produk. Target pelatihan telah sesuai dengan harapan masyarakat binaan yaitu para pengusaha UMKM Desa Balesari. Diharapkan kedepannya masyarakat dapat menjadikan ilmu dalam kegiatan ini sebagai acuan untuk memperbaiki produk. Sehingga dapat meningkatkan penjualan para pengusaha. Untuk waktu kegiatan pengabdian sudah sangat cukup untuk mengcover beberapa macam materi dan memberikan ilmu yang sesuai dengan harapan masyarakat binaan. Materi yang diberikan sudah tepat sasaran sesuai dengan harapan masyarakat binaan.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu secara umum pengusaha makanan ringan binaan di Desa Balesari banyak yang belum memiliki pengemasan yang cukup baik, produk kurang menarik dari segi tampilan serta tidak memiliki identitas makanan yang baik. Sehingga kegiatan pengabdian di arahkan pada topik pengemasan produk, desain produk serta brand produk agar dapat membantu para pengusaha untuk membuat kemasan yang baik dan sesuai, menari, memiliki desain yang dapat memikat para konsumen, brand yang mudah diingat serta harapannya dapat meningkatkan penjualan produk tersebut. Dari pelaksanaan kegiatan

tersebut, sekitar 85% masyarakat binaan yaitu para pengusaha telah memahami pentingnya pengemasan yang baik dan aman serta dapat membuat kemasan yang sesuai dengan jenis produk UMKM tersebut. Kemudian, sekitar 90 % para pengusaha telah memahami pentingnya desain produk dan cara membuat desain produk yang sesuai dengan segmen pasar dari produk tersebut. Serta, sekitar 95 % para pengusaha UMKM telah menetapkan brand produk mereka berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan dengan tim pengabdian.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aristawidia, I. B. (2020). Kajian Literatur Penerapan Strategi Branding Bagi Kemajuan Umkm Di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 1(2), 1–13. <https://doi.org/10.15642/manova.v1i2.351>
- BI. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Retrieved from [https://www.bi.go.id/id/umkm/p-enelitian/Documents/Profil Bisnis UMKM.pdf](https://www.bi.go.id/id/umkm/p-enelitian/Documents/Profil_Bisnis_UMKM.pdf)
- Sarfiah, S. N., Atmaja, H. E., & Verawati, D. M. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 137–146. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Umdiana, N., Sri, N., Suprihatin, & Kodriyah. (2018). Pengembangan UKM Melalui Desain Produk dan Kemampuan Bersaing. *Sembadha*, 1(1), 169–176. Retrieved from [file:///F:/Mandelej manajopra/367-1510-1-SM.pdf](file:///F:/Mandelej%20manajopra/367-1510-1-SM.pdf)

Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Di “Mas Pack” Terminal Kemasan Pontianak. JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura), 8(2), 67–76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>