

Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Pelatihan Teknik Pembuatan Kemasan Produk Pada UMKM Di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman - Sidoarjo

Fachrudy Asj'ari¹, Ferry Hariawan², Nurdina³ Yuli Kurnia Firdausia⁴

^{1,2} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{3,4} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : nurdina@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Kunci penjualan produk adalah pengembangan bentuk kemasan serta visualisasi desain produk kemasan yang mampu meningkatkan daya tarik penjualan. Permasalahan kemasan juga terjadi pada pelaku usaha yang berada di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman - Sidoarjo. Sebagian besar pelaku usaha terutama yang bergerak di bidang makanan memiliki kemasan yang sederhana, bahkan tanpa merek. Kemasan hanya dijadikan sebagai pelindung produk saja agar mudah dibawa dan tahan lama. Program pelatihan ini bertujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat terkait teknik pembuatan kemasan produk. Metode Pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan penyuluhan dan pelatihan terkait teknik dalam membuat kemasan produk serta melakukan pendampingan dalam proses pembuatan kemasan produk. Program pengabdian kepada masyarakat pada pelaku usaha (UMKM) di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman - Sidoarjo ini terselenggara dengan hasil yang baik. Antusiasme yang cukup tinggi dari pelaku usaha turut mendukung keberhasilan program yang dijalankan. Penguasaan dalam strategi pengemasan produk dapat membantu pelaku usaha dalam upaya untuk meningkatkan penjualan produk

Kata kunci :pelatihan, kemasan produk, peningkatan penjualan.

ABSTRACT

The key to product sales is the development of packaging forms and visualization of product packaging designs that can increase sales appeal. Packaging problems also occur in businesses located in Sepanjang Village, Taman Subdistrict - Sidoarjo. Most businesses, especially those engaged in the food sector, have simple packaging, even without a brand. Packaging is only used as a product protector so that it is easy to carry and durable. This training program aims to educate and improve community skills related to product packaging techniques. The implementation method carried out is by counseling and training related to techniques in making product packaging and providing assistance in the process of making product packaging. This community service program for business actors (MSMEs) in Sepanjang Village, Taman District - Sidoarjo was held with good results. The high enthusiasm of business actors supported the success of the program. Mastery in product packaging strategies can help businesses in an effort to increase product sales.

Key words: training, product packaging, increased sales.

PENDAHULUAN

Salah satu aspek yang tidak boleh diabaikan dalam dunia bisnis, terutama dalam industri atau penjualan produk pangan, adalah kemasan. Bahkan dalam kondisi persaingan usaha yang sangat ketat, selain harga dan kualitas produk, kemasan menjadi faktor penting untuk memenangkan persaingan. Desain dan produksi bungkus suatu produk disebut dengan kemasan (Kotler, dkk.,2000). Fungsi kemasan tidak lagi hanya untuk melindungi produk dari kerusakan saat proses transportasi, penyimpanan, dan penjualan (Gonzalez,dkk.,2007). Maryama, dkk., (2018) menyatakan bahwa kemasan produk sangat penting untuk meningkatkan penjualan, namun hanya sedikit pelaku usaha, terutama usaha mikro dan kecil, yang memperhatikan kemasan produk mereka. Kemasan dapat memberikan keunikan pada produk dan membedakannya dari produk lain, sehingga memudahkan konsumen dalam memilih produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya (Wells, dkk., 2007).

Banyak pelaku usaha masih beranggapan bahwa kemasan yang menarik memerlukan biaya yang tinggi dan tidak terlalu mempengaruhi omzet penjualan. Padahal, kemasan yang baik seharusnya bisa menjadi media komunikasi dan promosi yang dapat meningkatkan penjualan. Fungsi kemasan telah bergeser dari sekadar melindungi produk menjadi identifikasi merek dagang. Perkembangan kemasan kini menjadikannya ujung tombak promosi produk, yang akhirnya berfungsi untuk meningkatkan nilai jual produk (Anasrulloh dan Basiron, 2017).

Poin penting sebagai kunci penjualan produk adalah pengembangan bentuk kemasan serta visualisasi desain produk kemasan yang mampu meningkatkan daya tarik penjualan (Nursidiq dan Iftayani, 2020). Kemasan yang menarik dan bagus memberikan nilai tambah bagi produk apa pun yang dijual, serta bisa menjadi nilai tambah bagi wirausaha yang akan menjadi terkenal (Kemal, dkk., 2019). Produk unik yang dikemas dengan menarik tentu akan meningkatkan nilai jual produk dan kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut (Dewi, dkk., 2020). Selain itu, masyarakat yang menggunakan pasar *online* sering menghadapi masalah terkait teknik pengemasan yang baik. Jika produk dikemas dengan kurang baik, kemungkinan besar produk akan rusak dalam perjalanan. Hal tersebut dapat menimbulkan persepsi negatif konsumen terhadap produk yang dijual dan mengurangi kemungkinan pembelian ulang. Selain itu, pengemasan yang kurang menarik juga dapat menyebabkan penetapan harga jual yang rendah (Dinnullah, dkk., 2022).

Meskipun kemasan produk sangat penting untuk meningkatkan penjualan, hanya sedikit pelaku usaha, terutama usaha mikro dan kecil, yang memperhatikan kemasan produknya. Maryama, dkk. (2018) menyatakan bahwa sebagian besar Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang kurang menarik karena pandangan bahwa kemasan itu mahal. Di era persaingan yang semakin ketat, UMKM perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya untuk mempertahankan pangsa pasar dan memenuhi harapan konsumen. Tantangan yang dihadapi oleh UMKM dalam aspek kemasan meliputi desain kemasan yang kurang

menarik, pemilihan bahan kemasan yang tidak optimal, dan keterbatasan dalam menerapkan teknologi kemasan modern. Oleh karena itu, inovasi kemasan menjadi solusi yang relevan untuk mengatasi tantangan tersebut dan meningkatkan kualitas produk serta daya saing usaha (Kompasiana.com, 2021). Permasalahan kemasan juga terjadi pada pelaku usaha di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Sidoarjo. Sebagian besar pelaku usaha yang telah ditemui, terutama usaha makanan, memiliki kemasan yang sederhana, bahkan tanpa merek. Kemasan hanya dijadikan sebagai pelindung produk agar mudah dibawa dan tahan lama.

Berdasarkan analisis situasi di atas, untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Sidoarjo, diperlukan pelatihan terkait teknik pengemasan produk yang dijual serta pembuatan kemasan yang menarik bagi konsumen. Hal ini menjadi bagian dari peran dosen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam pengabdian kepada masyarakat. Program ini bertujuan untuk mengedukasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat terkait kemasan produk. Peningkatan kompetensi pelaku UMKM dalam bidang kemasan dapat membuka peluang untuk memperluas pasar dan meningkatkan penjualan, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara umum.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi dan berbagai masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Sidoarjo, terdapat beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengatasi permasalahan tersebut, yaitu:

1. Mengadakan penyuluhan dan pelatihan terkait teknik pembuatan kemasan produk.
2. Memberikan pendampingan dalam proses pembuatan kemasan produk.

Secara rinci, pemecahan masalah tersebut dapat dicapai melalui tahapan-tahapan berikut:

1. **Tahap sosialisasi:** menginformasikan kepada pelaku UMKM tentang pelaksanaan program pengabdian masyarakat, termasuk jadwal pelaksanaan, lokasi, dan sarana prasarana yang digunakan, serta menggali permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha.
2. **Penyuluhan tentang teknik kemasan dan kemasan produk:** tujuan penyuluhan ini adalah agar peserta memahami langkah-langkah dalam membuat kemasan yang menarik dan kemasan produk yang aman. Sebelum praktik, peserta diharapkan memiliki pengetahuan yang memadai.
3. **Pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan kemasan dan kemasan produk:** tujuan dari pelatihan ini adalah agar peserta mampu membuat kemasan yang menarik dan aman. Pelaksanaannya melalui demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan.
4. **Monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan program:** tujuannya adalah untuk mengukur tingkat keberhasilan program yang telah diterapkan oleh peserta pelatihan. Caranya adalah dengan pengamatan langsung terhadap kemasan yang dibuat oleh peserta. Hasil monitoring diharapkan mencapai target yang telah ditetapkan, terutama dalam peningkatan keterampilan pelaku usaha.



Gambar 1. Pelaksanaan Pelatihan Kemasan Produk oleh Tim PPM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini ditujukan kepada pelaku usaha (UMKM) di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman-Sidoarjo, dengan tujuan meningkatkan kompetensi mereka dalam bidang kemasan, sehingga dapat memperluas pasar dan meningkatkan penjualan. Salah satu upaya yang dilakukan adalah memberikan pemberdayaan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya pengemasan produk. Serangkaian kegiatan program telah berhasil dilaksanakan dengan baik dan menyeluruh. Kegiatan pemberdayaan ini dilakukan secara bertahap menggunakan berbagai metode:

1. Tahap Sosialisasi. Kegiatan diawali dengan sosialisasi oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) kepada pelaku usaha seperti pembuat aneka kue kering, kerupuk, catering, dan lainnya. Dalam sosialisasi ini, disampaikan tujuan program untuk memberdayakan pelaku usaha dalam meningkatkan teknik kemasan produk.
2. Tahap Penyuluhan. Pelaku usaha diberikan penyuluhan mengenai dasar dan ruang lingkup kemasan produk melalui metode ceramah. Mereka diedukasi bahwa kemasan produk merupakan aspek penting yang harus diperhatikan. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus produk, tetapi juga sebagai media yang menggambarkan kualitas produk, media pemasaran, dan alat pembentukan *branding* produk. Kemasan yang berbeda dari produk sejenis dapat menjadi keunggulan kompetitif. Dua hal yang perlu dipertimbangkan dalam menyusun konsep kemasan adalah daya tarik visual dan daya tarik fungsional. Selain itu, kemasan harus mencakup informasi detail produk yang penting. Pada tahap ini, pelaku usaha diberikan juga edukasi mengenai risiko kerusakan produk saat pengiriman. Pengemasan yang aman bertujuan untuk meminimalkan kerugian akibat barang rusak selama perjalanan. Pengemasan yang tepat harus disesuaikan dengan jenis produk yang akan dikirim. Produk yang rawan rusak, mudah pecah, atau bernilai tinggi memerlukan pembungkus yang lebih aman. Beberapa bahan

- yang dapat digunakan untuk packing antara lain plastik *polymailer*, *bubble wrap*, kotak kayu, kardus, kertas/koran bekas, dan *styrofoam*.
3. Tahap Diskusi. Dalam pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan produk UMKM, dilakukan diskusi antara pelaku usaha dan Tim PPM sebagai penyuluh. Dalam sesi ini, pelaku usaha mempraktikkan langsung cara mengemas produk dengan memastikan produk telah dilapisi dengan baik, sehingga tidak tergoncang selama pengiriman. Pelaku usaha juga disarankan untuk menambahkan himbauan atau stiker peringatan, jika produk yang dikirim bernilai tinggi atau rawan rusak.
 4. Tahap Monitoring dan Evaluasi. Tahap terakhir pengabdian kepada masyarakat ini adalah monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan pembuatan kemasan produk. Setelah pelaku usaha memaparkan secara detail, Tim PPM mengevaluasi dan memberikan masukan tentang kemasan yang dapat diterapkan pada masing-masing produk. Tujuannya adalah memastikan pengiriman produk dapat membuat pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Dampak pelatihan teknik pembuatan kemasan produk kepada UMKM di Kelurahan Sepanjang Kecamatan Taman – Sidoarjo sebagai berikut: 1) upaya untuk meningkatkan penjualan, karena kemasan produk yang menarik dan fungsional dapat menarik perhatian konsumen; 2) peningkatan nilai tambah produk. Kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai produk, membuat produk terlihat lebih premium dan berkualitas; 3) mengurangi kerugian biaya produksi. Kemasan yang tepat dapat melindungi produk dari kerusakan selama proses distribusi dan penyimpanan; 4) memperkuat *branding*. Desain kemasan yang konsisten dan mencerminkan identitas merek dapat memperkuat *branding* dan membedakan produk dari pesaing.

Sedangkan manfaat pelatihan ini adalah sebagai berikut; 1) meningkatkan daya saing. Kemasan produk yang baik menyebabkan dapat bersaing lebih efektif di pasar lokal maupun internasional; 2) mengembangkan kreativitas dan inovasi. Kegiatan ini mendorong pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan kemasan yang unik dan menarik; 3) meningkatkan kepuasan konsumen. Kemasan yang mudah digunakan, informatif, dan menarik dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan mendorong loyalitas; 4) meningkatkan efisiensi biaya. Penggunaan material kemasan yang tepat dapat mengurangi biaya produksi dan distribusi, meningkatkan efisiensi operasional UMKM.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat untuk pelaku usaha (UMKM) di Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Sidoarjo, telah berjalan dengan hasil yang baik. Antusiasme tinggi dari pelaku usaha turut mendukung keberhasilan program ini. Penggunaan kemasan yang menarik menjadi peluang bagi UMKM untuk meningkatkan penjualannya. Kemasan selain berfungsi sebagai bungkus, juga menjaga kualitas produk, dan berperan sebagai media promosi serta *branding* produk itu sendiri. Penggunaan

kemasan produk yang baru memberikan kesempatan bagi UMKM untuk bersaing dalam penjualan *online*. Pengemasan yang baik juga membantu mengurangi risiko kerusakan produk selama pengiriman. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penguasaan strategi pengemasan produk dapat membantu pelaku usaha meningkatkan penjualan produk mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, serta perangkat desa dan warga Kelurahan Sepanjang, Kecamatan Taman, Sidoarjo, yang telah berkontribusi dan mendukung kelancaran kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., dan Basiron. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, Vol.5, No.1, hal.26–30. <https://doi.org/10.31227/osf.io/7nbkr>.
- Dewi, T. A., Ningrum, dan Rahmawati, Y. (2020). Pelatihan Packaging Kain Flanel Di Panti Asuhan Muhammadiyah Budi Utomo Metro. *Pelatihan Packaging Kain Flanel Di Panti Asuhan Muhammadiyah Budi Utomo Metro*, Vol.2, hal. 348–353.
- Dinnullah, R. N. I., Irawan, N. D., Nurdin, S., dan Susilo, D. A. (2022). Peningkatan Produktivitas Petani Kopi Melalui Sekolah Lapang Kopi dan Workshop Packing Process Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *JPKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*. Vol.3, No.1, hal. 38–46. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36596/jpkmi.v3i1.222>
- Gonzalez, M.P., Thorhsbury S., & Twede D. 2007. Packaging as a tool for product development: Communicating value to consumers. *Journal of Food Distribution Research*, Vol 38, No.1, hal. 61-66.
- Kemal, A., Dwiyan, P., Ahmad, H., Muhammad, S., Frally, F., dan Oktivasari, P. (2019). Pelatihan Packaging Dan Pemasaran Umkm Online Di Desa Sindangmulya, Kabupaten Bekasi. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, Vol.2, No.2, 39–42. <https://doi.org/10.32722/mapnj.v2i2.2695>
- Khotler, Philip, dan Susanto, A. (2000). *Manajemen Pemasaran di Indonesia Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maryama, S., Yandri, P., dan Istimal, I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Di Kota Tangerang Selatan. *SEMBADHA, Seminar Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 1, No. 1, hal. 156–159. <http://jurnal.stan.ac.id/index.php/sembadha/article/download/365/255>.
- Nursidiq, C., dan Iftayani, I. (2020). Pelatihan Packaging Dan Pendampingan Pemasaran Online Bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. *Proceeding of The 12th*

University Research Colloquium 2020: Pengabdian Kepada Masyarakat, hal.99–104.

Wells, L. E., Farley, H., dan Armstrong, G. A. 2007. The importance of packaging design for own-label foodbrands. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol.35, No. 9, hal. 677-690.

Kompasiana, “Inovasi Kemasan Sebagai Langkah Inovatif Untuk UMKM? - Kompasiana.com,”2021.

https://www.kompasiana.com/nicholas115180081/60b8d6ec8ede485596764f72/inovasi-kemasan-sebagai-angkah-inovatif-untuk-umkm#google_vignette (accessed Apr. 26, 2023).