

Pengembangan Desain Kemasan Produk sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Di Kecamatan Gedangan- Sidoarjo

**Fachrudy Asj'ari¹⁾, Suharyanto²⁾, Nashrudin Latif³⁾, Widiar Onny Kurniawan⁴⁾, Yuli
Kurnia Firdausia⁵⁾, Taudlikhul Afkar⁶⁾**

^{1,2,3,4}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

^{5,6} Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail : Yulikurnia@unipasby.ac.id

ABSTRAK

Kunci keberhasilan penjualan produk terletak pada pengembangan bentuk kemasan dan visualisasi desain yang mampu meningkatkan daya tarik pembeli. Permasalahan terkait kemasan juga dialami oleh pelaku usaha di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo. Sebagian besar pelaku usaha, khususnya di bidang makanan, masih menggunakan kemasan sederhana, bahkan tanpa mencantumkan merek. Kemasan hanya berfungsi sebagai pelindung produk agar mudah dibawa dan lebih tahan lama. Program pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam teknik pembuatan kemasan produk. Metode pelaksanaan mencakup penyuluhan, pelatihan teknik pembuatan kemasan, serta pendampingan selama proses pembuatannya. Program pengabdian kepada masyarakat yang ditujukan untuk pelaku UMKM di Kelurahan Sepanjang ini berhasil dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan. Antusiasme tinggi dari pelaku usaha menjadi faktor pendukung keberhasilan program. Penguasaan strategi pengemasan produk diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produk mereka

Kata Kunci: Pelatihan , Desain, Kemasan, Penjualan

ABSTRACT

The key to successful product sales lies in the development of packaging design and visualization that can enhance buyer appeal. Packaging-related issues are also experienced by business owners in kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo. Most business owners, particularly those in the food sector, still use simple packaging, often without including a brand. Packaging serves merely as a protective layer to make the product easier to carry and more durable. This training program aims to educate and enhance community skills in product packaging techniques. The implementation methods include counseling, training on packaging techniques, and assistance during the packaging creation process. The community service program targeted at small and medium enterprises (SMEs) in Kelurahan Sepanjang was successfully carried out with satisfactory results. High enthusiasm from business owners contributed significantly to the program's success. Mastery of product packaging strategies is expected to help business owners increase their product sales.

Keywords: Training, Design, Packaging, Sales

PENDAHULUAN

Kemasan merupakan salah satu aspek penting yang tidak boleh diabaikan dalam dunia bisnis, terutama dalam industri dan penjualan produk pangan. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, selain harga dan kualitas, kemasan menjadi faktor utama untuk memenangkan kompetisi pasar. Kotler et al. (2000) mendefinisikan kemasan sebagai

desain dan produksi bungkus suatu produk. Fungsi kemasan tidak hanya sebatas melindungi produk dari kerusakan selama proses transportasi, penyimpanan, dan penjualan (Gonzalez et al., 2007). Menurut Maryama et al. (2018), kemasan produk sangat berperan dalam meningkatkan penjualan, meskipun masih sedikit pelaku usaha mikro dan kecil yang memberi perhatian serius pada aspek ini. Kemasan mampu memberikan keunikan pada produk dan membedakannya dari produk lain, sehingga memudahkan konsumen dalam memilih (Wells et al., 2007).

Banyak pelaku usaha memiliki anggapan bahwa kemasan yang menarik membutuhkan biaya tinggi dan tidak memberikan pengaruh besar terhadap omzet penjualan. Namun, kemasan yang baik seharusnya berfungsi sebagai media komunikasi dan promosi untuk mendukung peningkatan penjualan. Fungsi kemasan telah berkembang dari sekadar melindungi produk menjadi identitas merek dagang. Kini, kemasan berperan sebagai ujung tombak promosi yang meningkatkan nilai jual produk (Anasrulloh dan Basiron, 2017). Sebagai kunci keberhasilan penjualan produk, pengembangan bentuk dan visualisasi desain kemasan mampu meningkatkan daya tarik konsumen (Nursidiq dan Iftayani, 2020). Kemasan yang menarik memberikan nilai tambah pada produk, sekaligus meningkatkan citra positif wirausaha (Kemal et al., 2019). Produk yang unik dan dikemas dengan menarik dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan nilai jualnya (Dewi et al., 2020).

Selain itu, masyarakat yang memanfaatkan pasar online sering menghadapi masalah pada teknik pengemasan. Produk yang dikemas kurang baik berisiko mengalami kerusakan selama pengiriman, yang dapat menciptakan persepsi negatif konsumen dan mengurangi kemungkinan pembelian ulang. Pengemasan yang kurang menarik juga dapat menyebabkan produk dijual dengan harga lebih rendah (Dinnullah et al., 2022).

Meskipun kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan, sebagian besar usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Maryama et al. (2018) menyatakan bahwa banyak pelaku UMKM menganggap kemasan berkualitas membutuhkan biaya tinggi. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM perlu terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produknya, termasuk aspek kemasan, untuk mempertahankan pangsa pasar dan memenuhi harapan konsumen. Tantangan utama yang dihadapi UMKM dalam aspek ini adalah kurangnya desain kemasan yang menarik dan fungsional.

Pemilihan bahan kemasan yang kurang optimal dan keterbatasan dalam penerapan teknologi kemasan modern menjadi tantangan yang dihadapi banyak pelaku usaha. Oleh karena itu, inovasi dalam kemasan menjadi solusi penting untuk meningkatkan kualitas produk sekaligus daya saing usaha (Kompasiana.com, 2021). Permasalahan serupa juga ditemukan pada pelaku usaha di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo. Sebagian besar pelaku usaha, terutama di bidang makanan, masih menggunakan kemasan sederhana tanpa merek. Kemasan hanya berfungsi sebagai pelindung produk agar mudah dibawa dan tahan lama.

Berdasarkan situasi tersebut, pelatihan mengenai teknik pengemasan produk dan pembuatan kemasan yang menarik menjadi kebutuhan penting untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Sepanjang. Pelatihan ini merupakan

bagian dari peran dosen dalam melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Program ini bertujuan untuk memberikan edukasi dan meningkatkan keterampilan masyarakat dalam bidang kemasan produk. Dengan peningkatan kompetensi pelaku UMKM di bidang ini, mereka dapat memperluas pasar, meningkatkan penjualan, dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

METODE PELAKSANAAN

Berdasarkan analisis situasi dan berbagai tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo, beberapa langkah strategis dirancang untuk mengatasi permasalahan tersebut:

- Menyelenggarakan penyuluhan dan pelatihan tentang teknik pembuatan kemasan produk.
- Memberikan pendampingan dalam proses pembuatan kemasan produk.

Secara lebih terperinci, penyelesaian masalah ini dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

1. Tahap Sosialisasi:

Menginformasikan pelaku UMKM mengenai pelaksanaan program pengabdian masyarakat, termasuk jadwal, lokasi, serta fasilitas yang akan digunakan. Selain itu, menggali permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha sebagai dasar pelaksanaan program.

2. Penyuluhan Tentang Teknik dan Desain Kemasan Produk:

Penyuluhan ini bertujuan memberikan pemahaman kepada peserta mengenai langkah-langkah membuat kemasan yang menarik sekaligus aman. Sebelum praktik dilakukan, peserta diberikan pengetahuan yang cukup tentang konsep dan teknik kemasan.

3. Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Kemasan:

Tahapan ini melibatkan demonstrasi, praktik langsung, dan pendampingan untuk membantu peserta mempraktikkan teknik pembuatan kemasan. Tujuannya adalah agar peserta dapat menghasilkan kemasan yang menarik, aman, dan sesuai kebutuhan pasar.

4. Monitoring dan Evaluasi Program:

Tahapan ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan program yang telah diterapkan oleh peserta pelatihan. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap hasil kemasan yang dibuat. Hasil monitoring diharapkan menunjukkan pencapaian target yang ditetapkan, khususnya 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 UMKM di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo, dengan fokus meningkatkan kemampuan mereka dalam pengemasan produk. Tujuan utama program ini adalah membantu pelaku usaha memperluas pasar dan meningkatkan penjualan melalui pengemasan yang lebih baik. Salah satu langkah strategis yang dilakukan adalah memberikan pemberdayaan kepada pelaku usaha mengenai pentingnya kemasan produk. Program ini dilaksanakan secara bertahap dan menggunakan berbagai metode, sebagai berikut:

Tahap Sosialisasi

Kegiatan dimulai dengan sosialisasi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PPM) kepada pelaku usaha seperti produsen kue kering, kerupuk, katering, dan lainnya. Dalam tahap ini, tim menyampaikan tujuan program, yaitu memberdayakan pelaku usaha untuk meningkatkan teknik kemasan produk mereka.

Tahap Penyuluhan

Pada tahap ini, pelaku usaha diberikan penyuluhan mengenai konsep dasar dan ruang lingkup kemasan produk melalui metode ceramah. Mereka diberikan pemahaman bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pembungkus, tetapi juga sebagai media pemasaran, pencitraan kualitas produk, dan pembentukan branding. Kemasan yang unik dan menarik dapat menjadi keunggulan kompetitif dibandingkan produk serupa di pasaran.

Dua aspek utama yang disoroti dalam penyuluhan adalah:

Daya Tarik Visual: Kemasan harus mampu menarik perhatian konsumen melalui desain yang estetik.

Daya Tarik Fungsional: Kemasan harus praktis dan aman digunakan, serta sesuai dengan jenis produk yang dikemas.

Selain itu, pelaku usaha diberikan edukasi tentang pentingnya pengemasan yang aman untuk mencegah kerusakan produk selama pengiriman. Informasi detail tentang produk, seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan merek, juga harus disertakan dalam kemasan. Pelaku usaha diajarkan untuk memilih bahan kemasan yang sesuai, terutama

untuk produk yang mudah rusak, mudah pecah, atau bernilai tinggi, agar risiko kerusakan dapat diminimalkan.

1. MELALUI PENDEKATAN INI, PROGRAM PEMBERDAYAAN BERHASIL MENINGKATKAN KESADARAN DAN KETERAMPILAN PELAKU USAHA DALAM MENCIPTAKAN KEMASAN YANG TIDAK HANYA MELINDUNGI PRODUK, TETAPI JUGA MENINGKATKAN DAYA TARIK DAN NILAI JUALNYA.

Bahan yang dapat digunakan untuk pengemasan meliputi plastik polmailer, bubble wrap, kotak kayu, kardus, kertas atau koran bekas, serta styrofoam.

Tahap Diskusi

Dalam pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan untuk produk UMKM, dilakukan diskusi interaktif antara pelaku usaha dan Tim PPM selaku penyuluh. Pada tahap ini, pelaku usaha langsung mempraktikkan teknik pengemasan dengan memastikan produk terlindungi dengan baik agar tidak terguncang selama proses pengiriman. Selain itu, pelaku usaha dianjurkan untuk menambahkan label peringatan atau stiker khusus jika produk yang dikirim bernilai tinggi atau rentan terhadap kerusakan.

Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir dari program pengabdian ini adalah monitoring dan evaluasi terhadap keberhasilan pembuatan kemasan produk. Pelaku usaha mempresentasikan hasil pengemasan mereka secara rinci kepada Tim PPM, yang kemudian memberikan evaluasi dan saran perbaikan. Langkah ini bertujuan untuk memastikan bahwa pengemasan yang dilakukan tidak hanya melindungi produk, tetapi juga memberikan kepuasan kepada pembeli melalui kualitas layanan yang baik.

Dokumentasi Kegiatan :



Pemateri 1: “Pelatihan Desain Kemasan Kekinian”



Pemateri 2 : “Pelatihan Desain Kemasan Kekinian”



Pemateri 3 : “Pelatihan Desain Kemasan Kekinian”

CONTOH DESAIN KEMASAN KEKINIAN



DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN

Pelatihan teknik pembuatan kemasan produk untuk UMKM di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo, memberikan beberapa dampak positif, yaitu:

- Meningkatkan Penjualan: Kemasan yang menarik dan fungsional dapat menarik perhatian konsumen, sehingga membantu meningkatkan penjualan produk.
- Menambah Nilai Produk: Kemasan yang baik menciptakan persepsi bahwa produk lebih premium dan berkualitas di mata konsumen.
- Mengurangi Kerugian Produksi: Kemasan yang dirancang dengan tepat dapat melindungi produk dari kerusakan selama proses distribusi dan penyimpanan, sehingga mengurangi potensi kerugian.
- Memperkuat Branding: Desain kemasan yang konsisten dan mencerminkan identitas merek dapat meningkatkan kesadaran merek serta membedakan produk dari kompetitor.
- Manfaat yang diperoleh dari pelatihan ini meliputi:
 - Meningkatkan Daya Saing: Produk dengan kemasan yang baik memiliki keunggulan kompetitif yang lebih tinggi di pasar lokal maupun internasional.
 - Mendorong Kreativitas dan Inovasi: Pelatihan ini memotivasi pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam merancang kemasan yang unik dan menarik.
 - Meningkatkan Kepuasan Konsumen: Kemasan yang informatif, praktis, dan menarik dapat meningkatkan kepuasan konsumen, mendorong loyalitas, dan menciptakan pelanggan setia.
 - Efisiensi Biaya: Pemilihan material kemasan yang tepat dapat mengurangi biaya produksi dan distribusi, sehingga meningkatkan efisiensi operasional bagi UMKM.

SIMPULAN

Program pengabdian masyarakat yang ditujukan kepada pelaku usaha (UMKM) di kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo, telah terlaksana dengan hasil yang memuaskan. Tingginya antusiasme dari para pelaku usaha menjadi salah satu faktor pendukung keberhasilan program ini. Pengemasan produk yang menarik memberikan peluang besar bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan. Selain berfungsi sebagai pelindung produk, kemasan juga berperan penting dalam menjaga kualitas produk, sekaligus menjadi media promosi dan alat untuk memperkuat branding produk tersebut. Kemasan produk yang inovatif membuka peluang bagi UMKM untuk bersaing di pasar penjualan online. Kemasan yang dirancang dengan baik juga berfungsi untuk meminimalkan risiko kerusakan produk selama proses pengiriman. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kemampuan dalam menerapkan strategi pengemasan yang efektif dapat mendukung pelaku usaha dalam meningkatkan penjualan produk mereka.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, serta perangkat desa dan masyarakat kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo, atas kontribusi dan dukungan mereka dalam kelancaran pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., dan Basiron. (2017). Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk 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., Dwiyani, 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 Tanggerang 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*

Website kelurahan gedangan kabupaten sidoarjo