

## **Strategi Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada UMKM Di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik**

**Siti Samsiyah<sup>1</sup>, Eddy Sulistyawan<sup>2</sup>, Moch. Munir Rachman<sup>3</sup>, Sigit Prihanto Utomo<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

<sup>4</sup> Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

E-mail: [sitisamsiyah@unipasby.ac.id](mailto:sitisamsiyah@unipasby.ac.id)

### **ABSTRAK**

Persaingan yang muncul antar perusahaan merupakan sebuah respon dari kemajuan industri yang berkembang sangat pesat. Persaingan tersebut yang membawa perusahaan berlomba dalam menyediakan kebutuhan masyarakat di pasar agar bisa bertahan dalam persaingan. Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi yang berbeda-beda untuk terus berkembang dan mendapatkan keuntungan. Persaingan yang muncul tersebut menghadirkan sebuah permasalahan baru bagi para pelaku UMKM dimana saat ini semua masyarakat berlomba-lomba untuk mempelajari teknik packaging yang baik dengan tujuan menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM. Strategi penjualan harus bisa memberikan motivasi dalam kemasan sebuah produk memiliki peran penting dalam proses penjualan, karena dengan adanya sebuah kemasan tersebut produk yang ditawarkan oleh UMKM memiliki branding untuk membedakan dengan produk lain. Program pengabdian kepada masyarakat mendapat respon positif dari pelaku UMKM, ibu-ibu PKK, dan warga setempat. Hasil program yang telah dilaksanakan menunjukkan peningkatan pengetahuan strategi peningkatan penjualan dan packaging produk pelaku UMKM untuk memasarkan produknya

**Kata kunci:** strategi penjualan, packaging

### **ABSTRACT**

*Competition that arises between companies is a response to industrial progress that is growing very rapidly. This competition has brought companies to compete in providing the needs of society in the market in order to survive in the competition. Every company certainly has a different vision and mission to continue to grow and make a profit. The emerging competition presents a new problem for MSME actors where currently all people are competing to learn good packaging techniques with the aim of attracting public interest in buying the products offered by MSME. The sales strategy must be able to provide motivation in that the packaging of a product has an important role in the sales process, because with this packaging the products offered by MSMEs have branding to differentiate from other products. The community service program received a positive response from MSMEs, PKK women, and local residents. The results of the program that has been implemented show an increase in knowledge of strategies to increase sales and product packaging of MSME players to market their products*

*Keywords: sales strategy, packaging*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan UMKM di Indonesia yang semakin meningkat didasarkan kepada data yang diperoleh dari survey Badan Pusat Statistika (BPS) dengan total nilai 52,25 unit usaha ditahun 2009 menjadi 64,19 pada tahun 2017 hal tersebut yang mendukung bahwasannya pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan oleh sektor UMKM sangat berpengaruh. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Sumber. Badan Pusat Statistika (BPS) dapat kita lihat bahwasannya peran dari UMKM sendiri terhadap perekonomian di Indonesia berdampak kepada 5 sektor perekonomian antara lain sebagai berikut:

1. Tenaga Kerja yang dihasilkan oleh UMKM berada pada angka 89,20% dari total nilai

Tenaga kerja yang dihasilkan oleh UMKM berada pada angka 89,20% dari total nilai 100% hal ini membuktikan bahwa angkatan tenaga kerja yang dicetak oleh UMKM sendiri sangat banyak dan memberikan kesempatan kepada para tenaga kerja lokal untuk tetap eksis mengikuti perkembangan era dan tetap melakukan inovasi baru terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, namun perlu kita sadari bahwasannya angkatan tenaga kerja yang dihasilkan oleh sektor UMKM juga berpengaruh terhadap lapangan perkerjaan yang tersedia yang akan dibahas lebih lanjut pada topic bahasan dibawah.

2. Lapangan Kerja, Kontribusi UMKM terhadap penyediaan lapangan pekerjaan yang berada pada angka 99.00% yang artinya dengan adanya UMKM sendiri membuat fenomena baru dimana lapangan pekerjaan yang tersedia semakin banyak dan masyarakat yang kebingungan dalam memilih pekerjaan dan kurangnya lapangan pekerjaan telah tertutupi dengan terciptanya UMKM di Indonesia. Selain itu dengan adanya lapangan pekerjaan ini tingkat pengangguran yang disebabkan oleh kurangnya lapangan pekerjaan yang tersedia sudah semakin menipis. Menurut kurva Philips tingkat pengangguran disebabkan oleh rendahnya peluang lapangan pekerjaan yang tersedia pada suatu wilayah. Sehingga dengan adanya UMKM ini diharapkan masyarakat dengan mudah untuk mendapatkan pekerjaan.
3. PDB Nasional, Pendapatan Domestik Bruto atau yang kerap dikenal dengan istilah PDB tentunya juga mengambil peluang semakin meningkatnya pendapatan Indonesia yang dihasilkan oleh UMKM hal ini berkaitan dengan bagaimana UMKM bisa menyerap pengangguran melalui ketersediaan lapangan pekerjaan dan kebutuhan dalam tenaga kerja. Pada data yang dikeluarkan oleh BPS PDB Nasional berada pada angka 60,34% meskipun tidak setinggi lapangan pekerjaan dan tenaga kerja namun PDB Nasional mendapatkan imbas positif dengan adanya UMKM.

4. Ekspor, Perkembangan teknologi dan informasi yang berkembang dengan begitu pesat didukung dengan lokasi Indonesia yang terletak di garis khatulistiwa membuat Indonesia semakin mudah dalam melaksanakan ekspor produk dari hasil UMKM kepada negara lain. Namun yang menjadi permasalahan dalam bidang ekspor ditunjukkan oleh data dari BPS yang masih berada pada angka 14,17 yang mengalami perbedaan sangat jauh dengan sektor lainnya. Hal yang menjadi dasar mengapa UMKM di Indonesia terhadap sektor ekspor masih rendah disebabkan oleh masih rendahnya penggunaan teknologi yang dikuasai oleh para pelaku UMKM di Indonesia hal tersebut yang menjadi dasar mengapa nilai ekspor masih rendah.
5. Investasi, investasi berada pada angka 58,18% yang mengartikan sektor ini juga turut mendapatkan dampak dari terciptanya UMKM di Indonesia.

Persaingan yang muncul antar perusahaan merupakan sebuah respon dari kemajuan industri yang berkembang sangat pesat. Persaingan tersebut yang membawa perusahaan berlomba dalam menyediakan kebutuhan masyarakat di pasar agar bisa bertahan dalam persaingan. Setiap perusahaan tentunya memiliki visi dan misi yang berbeda-beda untuk terus berkembang dan mendapatkan keuntungan. Dalam mewujudkan visi dan misi sebuah perusahaan maka ada tiga fungsi manajemen yang harus diperhatikan dan ditingkatkan yaitu fungsi pemasaran, fungsi operasional, dan fungsi keuangan. Karena ketiga fungsi tersebut berhubungan dan aspek utama yang mendukung sebuah perusahaan dalam bertahan dengan persaingan yang ada. Persaingan yang muncul tersebut menghadirkan sebuah permasalahan baru bagi para pelaku UMKM dimana saat ini semua masyarakat berlomba-lomba untuk mempelajari teknik packaging yang baik dengan tujuan menarik minat masyarakat untuk membeli produk yang ditawarkan oleh UMKM. Hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan dan dalam sebuah usaha inovasi (Arifudin, 2020).

Upaya Peningkatan Packaging dan Kemasan Dalam UMKM, Bentuk pengemasan yang baik akan memberikan dampak positif terhadap daya minat masyarakat dalam proses pembelian produk, desain yang digunakan dalam kemasan juga berpengaruh penting dalam kemasan sebuah produk. Perkembangan teknologi yang berkembang saat ini harus dapat di manfaatkan oleh para pelaku UMKM dalam melakukan desain terhadap kemasan, melalui media canva para pelaku usaha UMKM bisa melakukan desain terhadap kemasan yang akan digunakan dalam produk. Dengan desain menarik terhadap kemasan produk UMKM dapat meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh para pelaku UMKM. Manajemen operasi menurut Daft (Dalam Rusdiana, 2019) adalah bidang yang memfokuskan pada produksi barang, serta penggunaan alat-alat dan teknik-teknik khusus untuk memecahkan masalah-masalah produksi.

Menurut Sulistyandari dkk. (2017) melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat label merek dan kemasan dengan menggunakan sealer untuk mengemas

produk agar usaha lebih berkembang. Pemberdayaan berusaha mengoptimalkan sumber daya, sehingga dapat meningkatkan kapasitas dan kemampuannya dalam memanfaatkan potensi yang dimilikinya. Suhardi (2019) melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk dan pelatihan pembuatan desain yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek. Prioritas strategi bagi UMKM dalam usaha meningkatkan kinerjanya adalah inovasi produk dan memperluas inovasi produk kreatif. Produk usaha agar dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan labeling (Puryantoro, 2017). (Harsiti, Yani Sugiyani 2018) Pelatihan Packaging Produk Makanan Tradisional yang Berdaya Jual Guna Meningkatkan Perekonomian Wilayah.

Ide-ide baru dapat tercipta terutama dari kebutuhan konsumen yang tersampaikan kepada salah satu karyawan dalam perusahaan yang dapat mengembangkannya menjadi suatu nilai tambah akan produk lama atau menjadi produk pengganti yang lebih diharapkan pelanggan (Dhewanto, 2015). Tim pengabdian kepada masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya pada saat melakukan observasi awal dengan melakukan wawancara terhadap beberapa UMKM di desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, menghadapi permasalahan strategi penjualan dan packaging produk sulit berkembang. Saat ini, pelaku UMKM masih banyak menggunakan kemasan yang belum modern dan belum menunjukkan hasil penjualan yang signifikan.

Terbatasnya pengetahuan dan penguasaan meningkatkan penjualan melalui packaging produk yang menarik UMKM menyebabkan sulit bersaing. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi UMKM di desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, maka Tim pengabdian masyarakat Universitas PGRI Adi Buana (UNIPA) Surabaya bertujuan memberikan sosialisasi untuk mengedukasi UMKM memberikan pelatihan dan pendampingan tentang strategi penjualan dan packaging produk. Pemberian penyuluhan dan pelatihan kepada UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing, jangkauan pemasaran yang lebih luas, dan terciptanya segmentasi pasar baru. Pengabdian kepada masyarakat merupakan salah satu bagian kegiatan Tridarma Perguruan Tinggi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan memberikan sosialisasi, pelatihan dan pendampingan kegiatan strategi penjualan dan packaging produk dalam bisnis UMKM di desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik.

#### **METODE PELAKSANAAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat oleh tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI dilaksanakan di Balai Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, melalui 3 (tiga) tahap:

1. Memberikan penyuluhan informasi awal berupa sosialisasi gambaran bisnis strategi penjualan dan packaging produk secara jelas. Tujuannya adalah untuk mengubah

mindset pelaku UMKM untuk beradaptasi dengan kemajuan teknologi sehingga bisnis yang dikelola tetap bisa bertahan. Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui ceramah, diskusi, dan tanya jawab.

2. Pelaku UMKM diberikan pelatihan dan pendampingan strategi penjualan produk dan packaging yang digunakan sebagai identitas bagi pelaku UMKM dalam melakukan aktivitas di dunia baik secara langsung maupun tidak langsung. Selanjutnya, pelaku UMKM diajarkan dari proses strategi penjualan dan packaging produk, salah satunya penjualan online dan desain kemasan transaksi yang aman dan terpercaya. Hal ini dapat berdampak positif bagi UMKM untuk menjual produknya sampai ke seluruh konsumen di Indonesia. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini dengan sosialisasi secara langsung, berdiskusi, dan tanya jawab.
3. Melakukan evaluasi bertujuan untuk melihat berhasil atau gagalnya kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan yang telah diberikan kepada pelaku UMKM.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan tim pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, mulai tanggal 12 Oktober 2022 – 13 Januari 2023 dan dihadiri oleh pelaku UMKM, warga, dan ibu-ibu PKK. Pelaksanaan kegiatan dengan menerapkan protokol Kesehatan. Kegiatan ini mendapat banyak dukungan dari warga dan aparat setempat. Hal ini tampak dari antusias mereka mengikuti kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan tentang strategi penjualan dan packaging produk UMKM dari awal hingga selesai kegiatan. Pelaksanaan kegiatan penyuluhan yang dilakukan oleh narasumber disajikan dengan menggunakan PPT sebagai sarana untuk sosialisasi pelaku UMKM mengenai pentingnya peningkatan bisnis bagi UMKM untuk meningkatkan penjualan dan dapat menjangkau konsumen lebih luas. Materi yang disampaikan narasumber mencakup pengertian penjualan dan packaging produk UMKM. Setelah penyampaian materi selesai, maka pelaku UMKM diberi kesempatan untuk diskusi dan melakukan tanya jawab. Beberapa pelaku UMKM memberikan respon positif dengan memberikan pertanyaan, antara lain: bagaimana cara strategi membuat packaging produk yang baik?, apa kunci sukses dari strategi penjualan?, kapan sebaiknya kita mulai melakukan strategi penjualan yang lebih baik ?, ketrampilan apa yang harus dimiliki oleh seorang pemula mendesain kemasan ?. Semua pertanyaan yang disampaikan oleh pelaku UMKM dijawab dengan baik dan lancar oleh narasumber. Kegiatan tanya jawab ini dapat memperluas lagi pemahaman tentang strategi penjualan yang sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM di desa Banjarsari, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Gambar 1. Tim pengabdian kepada masyarakat Unipa Surabaya.



Gambar 1. Tim pengabdian kepada masyarakat Unipa Surabaya



Gambar 2. Tim pengabdian kepada masyarakat Unipa Surabaya



Gambar 3. Tim pengabdian kepada masyarakat Unipa Surabaya

Setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan pelaku UMKM di desa Banjarsari, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, memahami konsep penjualan produk dengan memanfaatkan desain atau brand produk, sehingga produk memiliki nilai jual yang tinggi dan menjangkau pasar yang lebih luas sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Pelaksanaan kegiatan dan hasil penyuluhan, pelatihan bagi pelaku UMKM berjalan baik dan lancar.

Contoh dibawah ini penjualan produk dan Packagingnya :



Gambar 4. Tim pengabdian kepada masyarakat Unipa Surabaya

#### **DAMPAK DAN MANFAAT KEGIATAN**

Dampak Kegiatan penyuluhan dan pelatihan bagi pelaku UMKM memberikan dampak positif sehingga produk yang dihasilkan UMKM menjadi populer, meningkatnya pendapatan dan produktivitas, dan mampu menciptakan keunggulan bersaing. Selain adanya faktor-faktor pendukung program terdapat juga hambatan-hambatan dalam pelaksanaan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan seperti masih banyak para pelaku UMKM yang belum familier dalam menggunakan media. Manfaat Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dari tim Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya memberikan manfaat yang positif bagi pelaku UMKM di desa Banjarsari, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik. Manfaat yang diperoleh dari kegiatan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan adalah meningkatnya pengetahuan dan kemampuan pelaku UMKM dalam konsep strategi penjualan dan packaging pelaku UMKM termotivasi dalam menggunakan pemasaran digital untuk memasarkan hasil produknya, dan biaya promosi produk sangat murah.

#### **SIMPULAN**

Pemberian penyuluhan untuk edukasi kepada pelaku UMKM di Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, berjalan baik dan lancar serta berdampak positif bagi pelaku UMKM untuk meningkatkan penjualan dan memperluas pangsa pasar. Hasil penyuluhan telah menunjukkan peningkatan pengetahuan mengenai strategi penjualan dan packaging produk UMKM. Hasil pelatihan juga menunjukkan adanya kemandirian pelaku UMKM untuk memasarkan produknya. Pelaksanaan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan strategi penjualan dan packaging produk bisnis UMKM ini telah dapat memberikan peningkatan pendapatan.

#### **SARAN**

Pembinaan dan pelatihan sebaiknya dilaksanakan secara berkala sehingga memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM dan selalu update agar produk

lebih dikenal konsumen secara luas dan hasil penjualan semakin meningkat bisnis UMKM sebaiknya terus dilakukan untuk kelangsungan bisnisnya.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, di Kelurahan Banjarsari, Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik, yang telah berkontribusi dan mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan dengan lancar.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Sulistiyandari, Ekaningtyas Widiastuti, dan Suci Indriati. “Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak “Mirasa” Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes”. *Jurnal Adimas*. (2017)
- Puryantoro. “PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan Pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo”. *Jurnal Warta Pengabdian*, Vol 12 (2017)
- Arifudin, Opan. “PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong di Subang Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian*, Vol 4, No. 1 (2020)
- Suhardi, Dadang. “Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum Kabupaten Kuningan”. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 2, No. 2 (2019)
- Harsiti, Yani Sugiyani, Tb. Ai Munandar, Erma Perwitasari. “Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Packaging Produk Makanan Tradisional yang Berdaya Jual Guna Meningkatkan Perekonomian Wilayah”. *Sembadha*, Vol 1, edisi 01 (2018).