

Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)

¹⁾Desi Vinsensia*, ²⁾Yulia Utami, ³⁾Nandiyantul Jannah, ⁴⁾Devie Indah Wulandari

¹⁾Manajemen Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

²⁾Teknik Informatika, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

^{3,4)}Bisnis Digital, STMIK Pelita Nusantara, Medan, Indonesia

Email Corresponding:[desivinsensia87@gmail.com*](mailto:desivinsensia87@gmail.com)

INFORMASI ARTIKEL

ABSTRAK

Kata Kunci:
Desain Produk
Kemasan
Olahan pisang
Sosial media
UMKM

Salah satu jenis usaha yang mulai banyak memanfaatkan hasil bumi yaitu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Desa Selotong berada di Kabupaten Stabat, merupakan daerah pesisir yang memiliki sejumlah pelaku UMKM diantaranya UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan, kerajinan tangan dan masih banyak jenis produksi yang lainnya. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah pelatihan dan pendampingan. Tujuan dari diadakannya pelatihan penerapan desain kemasan produk adalah: (1) memberi pengetahuan kepada masyarakat tentang pentingnya teknologi dan penggunaan teknologi dalam kehidupan; (2) meningkatkan motivasi dan minat masyarakat dalam mengembangkan industry rumah tangga; dan (3). menghasilkan suatu produk desain kemasan kreatif dan inovatif yang diharapkan dapat meningkatkan kualitas hasil usaha produksi Metode yang digunakan adalah observasi, penerapan inovasi dan kemasan produk, dan melakukan evaluasi hasil penerapan. Hasil dari kegiatan ini masyarakat UMKM mendapatkan banyak informasi dan edukasi tentang meningkatkan pemahaman mitra terkait penerapan desain produk kemasan terutama kemasan produk keripik pisang sale, sehingga memberi kemudahan dalam mengenalkan kepada masyarakat, selain itu diberi edukasi untuk mengenalkan sosial media pelaku UMKM untuk memasarkan produk secara lebih luas serta melakukan inovasi dan modifikasi terhadap produknya agar usahanya lebih maju.

ABSTRACT

Keywords:
Product design
Packaging
Banana processing
Social media
MSMEs

One of the businesses that has begun to utilize crops is Micro, small, and Medium Enterprises (MSMEs). Selotong Village, located in Stabat Regency, is a coastal area that has a number of MSME actors, including MSMEs engaged in food production, handicrafts, and many other types of production. The objectives of the training on the application of product packaging design are to: (1) provide knowledge to the community about the importance of technology and the use of technology in life; (2) increase community motivation and interest in developing the home industry; and (3) produce a creative and innovative packaging design product that is expected to improve the quality of production business results. The method used is observation, application of innovation and product packaging, and evaluation of the results of the application. The results of this activity are that the MSME community gets a lot of information and education about increasing partner understanding regarding the application of packaging product design, especially the packaging of banana chip sale products, so as to provide convenience in introducing their products to the public. Besides that, they are given education to introduce social media for MSME actors to sell their products more broadly, utilizing existing social media, and innovating and modifying their products so that their business is more profitable and more advanced.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang cukup penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM sangatlah membantu dalam pertumbuhan perekonomian. Berbagai hasil penelitian mencatat bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan terhadap berbagai macam goncangan krisis ekonomi. Menurut Keputusan Presiden RI No. 99 tahun 1998

2206

pengertian Usaha Kecil Mikro Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Salah satu sektor yang dapat dimanfaatkan oleh para UMKM adalah pada subsektor pertanian. Berbagai olahan produk pertanian telah dimanfaatkan berbagai lapisan diantaranya pisang (Ratnaningtyas et al., 2023), kedelai (Setiyowati et al., 2022) dan lain sebagainya.

Dalam subsektor pertanian terdapat banyak komoditas bahan pangan yang dapat dikembangkan menjadi sector usaha, terutama padi, jagung, ubi kayu, dan kedelai yang ditargetkan mencapai swasembada pada tahun 2017 (Haris et al., 2018). Buah pisang merupakan buah yang sangat bermanfaat bagi kehidupan manusia, yang dapat dikonsumsi kapan saja dan pada segala tingkatan usia (Yuliana Lisawengeng, Frans Wenur, 2020). Permasalahan yang sering dihadapi pelaku UMKM yakni, belum meningkatnya penjualan keripik pisang karena kemasan produk yang sangat tradisional yaitu hanya berupa plastik putih tanpa ada logo atau merek yang melekat. Hal ini membuat tampilan produk keripik pisang yang dipasarkan menjadi tidak menarik. Jika produk keripik pisang yang dibuat memiliki kemasan baru yang lebih menarik diharapkan dapat menjadi nilai jual produk dari mitra sehingga pihak distributor dapat menjadikannya sebagai salah satu pertimbangan untuk menerima produk dipasarkan secara lebih luas (Syarifuddin et al., 2020).

Pengemasan yang baik membantu melindungi produk selama proses transportasi, penyimpanan, dan penanganan. Pengemasan yang kokoh dan tahan terhadap guncangan, kelembaban, suhu ekstrem, atau kerusakan fisik lainnya dapat mencegah kerusakan produk dan memastikan bahwa produk tiba di tangan pelanggan dalam kondisi yang baik. Ini membantu menjaga kepercayaan pelanggan dan meminimalkan risiko kerugian bisnis. Pengemasan inovatif dapat membantu usaha membedakan produk mereka dari pesaing. Dalam pasar yang penuh dengan banyak pilihan, pengemasan yang menarik dan unik dapat menarik perhatian konsumen dan memicu minat mereka untuk memilih produk tersebut. Pengemasan yang kreatif dan menarik juga dapat mencerminkan citra merek yang kuat dan memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada pelanggan (Aryani et al., 2022).

Seorang wirausaha tidak akan berhasil apabila tidak memiliki pengetahuan, kemampuan dan kemauan, pencapaian produktivitas kerja pada umumnya ditentukan oleh kompetensi yang dimiliki oleh individu yang bersangkutan (Asmawiyah, 2021). Pada kegiatan pengabdian ini dilakukan pada salah satu pengusaha rumahan keripik pisang sale yakni di desa Selotong, Stabat kabupaten Langkat. Pengusaha memanfaatkan komoditi sumberdaya alam sekitar yakni pisang yang banyak tumbuh di sekitar lingkungannya. Pisang yang dimanfaatkan menjadi keripik pisang sale hanya berjenis pisang awak saja. Produk keripik pisang masih dikemas secara sederhana kemudian produk hanya dititipkan kepada warung atau pedagang kecil di sekitar rumah produksi, sehingga keterbatasan konsumen dalam mengakses produk keripik pisang. Keripik pisang tersebut belum dikenal oleh masyarakat umum baik masyarakat desa Selotong, Stabat maupun masyarakat luar Stabat. Jika produk keripik pisang yang dibuat memiliki pemasaran digital maka akan memudahkan calon konsumen potensial untuk mendapatkan berbagai informasi mengenai produk dan memudahkan bertransaksi melalui internet.

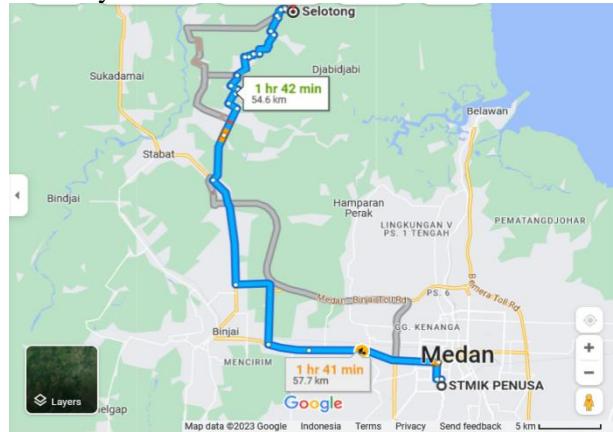
Pemasaran digital memungkinkan bisnis untuk mencapai audiens yang lebih luas secara global. Melalui internet, bisnis dapat menjangkau pelanggan potensial di berbagai lokasi geografis dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan metode pemasaran tradisional (Mahuda et al., 2021). Pemasaran digital memungkinkan interaksi dua arah antara bisnis dan konsumen. Melalui media sosial, email, atau platform lainnya, bisnis dapat berkomunikasi langsung dengan pelanggan, menerima umpan balik, dan menjalin hubungan yang lebih dekat (Palloan et al., 2021). Hal ini memungkinkan pebisnis untuk membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan yang lebih baik (Febri et al., 2022). Pada kegiatan ini berfokus pada usaha mikro rumahan yakni usaha keripik pisang sale dengan melakukan penyuluhan terhadap *branding* produk kemasan dan promosi media sosial.

Tujuan kegiatan pengabdian pada masyarakat ini meningkatkan pengetahuan mitra pengusaha mikro keripik pisang sale di desa Selotong, Stabat kabupaten Langkat melalui pendampingan dan edukasi dalam inovasi produk kemasan sebagai *branding* produk atau ciri khas produk keripik pisang sale.

II. MASALAH

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di desa Selotong, kabupaten Langkat pada pengusaha usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang memproduksi keripik pisang sale. Letak lokasi pengabdian seperti pada gambar 1.

Usaha ini telah dijalankan lebih dari 5 tahun dan proses pembuatannya masih sangat sederhana. Pengemasan produk juga masih sangat sederhana menggunakan plastik bening dengan ukuran 500 gram dan 1 kilogram. Penjualan keripik ini juga masih sangat terbatas, yakni desa sekitar dan orang-orang pendatang yang datang ke desa tersebut. Pengusaha masih sangat terkendala terhadap pemasaran karena kurangnya promosi dan pengenalan akan hasil produksinya. Kemasan yang sederhana seperti keripik pisang umumnya membuat pengusaha kurang di kenal oleh masyarakat luas.



Gambar 1. Lokasi pengabdian

III. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan di desa Selotong, Stabat kabupaten Langkat, mitra kegiatan ini adalah pengusaha mikro keripik pisang sale. Bentuk pendampingan yang dilakukan yakni:

1. Melakukan Observasi (Pengamatan)

Pada tahap ini terlebih dahulu dilakukan kegiatan observasi yang bertujuan untuk menganalisis kendala-kendala mitra secara spesifik dalam menjaga kualitas produk usaha mikro keripik pisang sale sehingga dapat dirumuskan solusi yang tepat dalam penanganannya.

2. Penerapan Inovasi Desain Kemasan

Pada langkah kedua ini, setelah dilakukan observasi, diperoleh informasi awal tentang jenis dan langkah inovasi yang harus dilakukan dalam menjaga kualitas produk agar tetap terjamin. Desain yang dibuat diharapkan mampu meningkatkan nilai ekonomis dan berdaya saing sebagai ciri khas produk unggulan daerah tanpa mengurangi kualitas produk dan ramah lingkungan.

3. Strategi pemasaran dan promosi

Proses pada langkah ke tiga ini, mitra diberi pendampingan dan pengetahuan pentingnya menentukan segmen pasar yang dituju. Karena jangan sampai salah dalam menentukan target pasar. Promosi juga perlu dilakukan guna memperkenalkan produk yang dihasilkan terutama dengan promosi social media atau penjualan melalui sosial media.

4. Melakukan evaluasi terhadap hasil penjualan

Evaluasi sudah selayaknya dilakukan, hal ini untuk melihat sejauhmana hasil yang diperoleh jika dibandingkan dengan sebelumnya, kemasan yang dibuat maupun dari harga yang telah ditetapkan

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian pada masyarakat ini memberikan manfaat bagi masyarakat khususnya mitra pengusaha mikro keripik pisang sale di desa Selotong, Stabat kabupaten Langkat melalui pendampingan dan edukasi dalam inovasi produk kemasan sebagai branding produk atau ciri khas produk keripik pisang sale. Hal ini bertujuan meningkatkan daya saing pemasaran produk terhadap produk-produk sejenis dipasaran dan lebih dikenal masyarakat luas bukan hanya lokal bahkan seluruh Indonesia yang mampu dijadikan produk unggulan daerah.

Metode pelaksanaan awal yang dilakukan adalah melakukan observasi (pengamatan) terhadap mitra. Berkunjung untuk melihat bagaimana proses produksi yang dilakukan, kemudian bagaimana pemasaran yang selama ini dilakukan oleh mitra, apa saja kendala yang dihadapi mitra selama melakukan produksi. Pada

kunjungan awal tim lakukan, proses produksi yang dilakukan masih sangat sederhana sekali. Keripik pisang sale dikemas dengan kemasan plastik bening seperti pada Gambar 1, dengan ukuran 500 gram atau pun 1 kg.



Gambar1. Kemasan awal keripik pisang sale

Proses penggorengan menggunakan tungku yang sangat sederhana menggunakan kayu bakar pada Gambar 2.



Gambar 2. Tungku penggorengan yang masih sangat sederhana

Mitra dibantu oleh beberapa orang ibu-ibu sekitar yang berjumlah 5 orang dalam melakukan proses produksi. Pada proses pengamatan, mitra juga mengalami kendala dalam pemasaran produknya. Setelah dilakukan observasi, dilakukan tahapan kedua yakni menerapkan inovasi desain kemasan. Mitra diberikan edukasi atau penjelasan bahwa kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam promosi barang dan produk.

Hal ini merupakan salah satu bentuk identitas atau *trademark* suatu produk yang akan diingat orang. Selain itu, seiring dengan perkembangan zaman serta pola hidup masyarakat, persaingan di dunia usaha baik itu makro maupun mikro kecil dan menengah (UMKM), masyarakat menginginkan makanan yang dihasilkan itu bersih, higienis dan rasanya sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen (Hidayatulloh et al., 2022). Sehingga identitas produk itu penting terlebih untuk meningkatkan daya saing terhadap produk serupa di pasaran. Desain produk yang dibuatkan kepada mitra seperti pada gambar 3.



Gambar 3. Desain kemasan keripik pisang sale

Pemasaran dan promosi merupakan dua hal penting dalam pembuatan suatu produk. Dua hal tersebut sangat penting dilakukan untuk dapat meningkatkan penjualan dari produk yang dihasilkan. Metode yang paling efektif dan efisien saat ini untuk memperkenalkan suatu produk ke masyarakat luas adalah dengan menggunakan media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *whatsapp*. Metode ini sangat cepat dan praktis dikarenakan setiap masyarakat pada saat ini telah menggunakan media sosial tersebut. mitra diberi edukasi

tentang pentingnya peran media sosial tersebut, walaupun produk yang dihasilkan dari bahan sederhana dan dari kampung bisa saja dikenal melalui promosi di social media. Pangsa pasar dalam sosial media merupakan target yang harus dituju sehingga paling tidak produk keripik pisang saleh ini lebih bisa dikenal masyarakat luas. Namun, yang menjadi kendala dan tugas besar adalah, mitra masih sangat kurang paham terhadap teknologi sehingga dalam pengenalan media sosial juga sedikit terhambat. Sehingga menjadi tantangan untuk kegiatan berikutnya dilakukan pelatihan pembuatan media sosial bagi UMKM sebagai wadah ‘warung digital’. Dari hasil kegiatan pendampingan dilakukan, mitra sangat menyambut baik terhadap kegiatan dilakukan dan sangat terbuka terhadap diskusi pendampingan yang dilakukan. Melalui kegiatan ini menghasilkan desain produk yang tepat guna dalam peningkatan kualitas produk melalui desain kemasan dan semakin menambah nilai jual produk yang akan dipasarkan nantinya.

V. KESIMPULAN

Pemberdayaan masyarakat melalui pembentukan dan pembinaan usaha mikro kecil dan menengah sangat penting yang bukan hanya tanggung jawab pemerintah, namun juga akademisi dapat membantu masyarakat dalam pengembangan baik itu edukasi maupun pemberian teknologi produk tepat guna untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada kegiatan pengabdian ini telah berperan dalam pemberian edukasi dan inovasi desain produk keripik pisang sale dalam peningkatan kualitas daya saing di pasaran. Kemasan desain produk telah diberikan kepada mitra. Namun memang menjadi tugas selanjutnya karena mitra masih belum paham penggunaan sosial media. Sehingga dipertimbangkan untuk kegiatan berikutnya dibuatkan suatu warung digital untuk promosi keripik pisang sale. Selain itu, karena penggorengan masih sangat sederhana, maka untuk masa penyimpanan produk (*expired*) perlu dipertimbangkan. Pemasaran yang masih bersifat lokal, diberi edukasi agar mitra dapat mempromosikan produknya pada khalayak melalui sosial media.

DAFTAR PUSTAKA

Aryani, M., Septika, B. H., Krisnahadi, T., Ilhamalimy, R. R., & Supratman, S. (2022). Pelatihan Pengemasan dan Labeling Produk untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran bagi UKM Kale Cookies. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(3), 577. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i3.6003>.

Asmawiyah. (2021). *Meningkatkan Kinerja Usaha dalam Perspektif Kewirausahaan*. February, 16.

Febri, F. Y., Permatasari, D., Kurniafitra, I. I., & Islamiah, W. (2022). Pelatihan Digital Marketing Sebagai Upaya Pengembangan Strategi Pemasaran Produk UMKM Batik Di Kelurahan Gedog Kota Blitar. *Transformasi Dan Inovasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 60–72. <https://doi.org/10.26740/jpm.v2n1.p60-72>

Haris, W. A., Sarma, M., & Falatehan, A. F. (2018). Analisis Peranan Subsektor Tanaman Pangan terhadap Perekonomian Jawa Barat. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 1(3). <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2017.1.3.231-242>

Hidayatulloh, A. H., Kristiana, R. D., Prabowo, A., Geza H, A., Muflighati, I., & Suhendriani, S. (2022). Penerapan online & offline marketing terstruktur serta perbaikan desain kemasan guna meningkatkan daya saing UMKM King Keripik di Kabupaten Batang. *Riau Journal of Empowerment*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31258/raje.5.1.1-12>

Mahuda, I., Kusuma, A. C., & Meilisa, R. (2021). Pengenalan Dan Pendampingan Pemanfaatan Marketplace E-Commerce Bagi Pelaku UMKM Di Kelurahan Lialang-Serang. *Indonesian Journal of Engagement, Community Services, Empowerment and Development*, 1(1), 50–59.

Palloan, P., Usman, U., & Hasyim, M. (2021). Penerapan Inovasi dalam Desain Kemasan Produk Keripik Singkong Kelompok Usaha Mikro di Desa Sokkolia, Kecamatan Bontomarannu, Kabupaten Gowa. *SMART: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 26. <https://doi.org/10.35580/smart.v1i1.24435>

Ratnaningtyas, H., Maulana, A., & Nofiyanti, F. (2023). Pengembangan Usaha Keripik Pisang Kelompok Anggrek Karya Cacat Bersama Kampung Beting Muara Gembong Bekasi. *Rahmat Ingkadijaya Jurnal Pemberdayaan Pariwisata*, 5(1), 41–52. <https://doi.org/10.30647/jpp.v30647/jpp.v5i1.1705>

Setiyowati, S. W., Gultom, A. F., & Dwanoko, Y. S. (2022). PKM Pengembangan Produk Makanan Olahan Bahan Baku Kedelai Pada IRT Bido Jaya Kabupaten Malang Melalui Implementasi Teknologi Produksi Tepat Guna. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan Selaparang*, 6(4), 1996–2001.

Syarifuddin, A., Dirpan, A., Rukka, R. M., Pertanian, F., Hasanuddin, U., Agribisnis, P. S., Pertanian, F., Patampanua, K., & Tabalangi, D. (2020). Pemberdayaan Ibu Rumah Tangga di Desa Talabangi Melalui Kegiatan Diversifikasi Pangan Olahan Berbasis Pisang. *Jurnal Dinamika Pengabdian*, 5(2), 227–237.

Yuliana Lisawengeng, Frans Wenur, I. A. L. (2020). Pengaruh Pengemasan Terhadap mutu Buah pisang Kepok (Musa paradisiaca.L) Pada Pengangkutan Dari Pulau Biaro ke Manado. *Cocos*, 4(4), 1–9.