

**STRATEGI PENINGKATAN PENJUALAN UMKM DI CIBUNGUR SARI MELALUI  
SERVICE DAN PACKAGING YANG BAIK**

Delia Marjania<sup>1</sup>, Dwi Sulistya Kusumaningrum<sup>2</sup>

Manajemen, Ekonomi dan Bisnis

[mn20.deliamarjania@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn20.deliamarjania@mhs.ubpkarawang.ac.id)<sup>1</sup>

[dwi.sulistya@ubpkarawang.ac.id](mailto:dwi.sulistya@ubpkarawang.ac.id)<sup>2</sup>

**ABSTRAK**

Daya saing yang kompetitif menuntut UMKM untuk lebih ekstra dalam melakukan pengembangan baik dari segi produk, service pelayanan dan packaging. Daya saing yang kompetitif menuntut UMKM untuk lebih ekstra dalam melakukan pengembangan baik dari segi produk, pemasaran dan pengemasan. Di Desa Cibungur Sari ini tidak menemukan adanya UMKM. Jadi berinisiatif untuk membentuk dan mengembangkan UMKM sendiri dengan kekayaan alam yang ada di Desa Cibungur Sari yaitu buah pisang yang dibuat menjadi Keripik Pisang dengan berbagai varian rasa kekinian yaitu rasa strawberry, greentea dan tiramisu. Salah satu awal saat akan mengembangkan UMKM yaitu dengan memilih packaging yang menarik dan kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Tujuan dari KKN ini yaitu untuk memberikan arahan tentang UMKM dan memilih packaging yang baik dan menarik. Packaging pada suatu produk merupakan melindungi produk agar kualitasnya tetap baik dan memudahkan konsumen ketika membawa produk tersebut. Dengan Packaging bisa membuat produk tetap bersih dan bisa dipasarkan.

**Kata Kunci :** Kuliah Kerja Nyata (KKN), Usaha Mikro Kecil Menengah , Packaging

**Abstract**

Competitive competitiveness requires MSMEs to be more extra in developing both in terms of products, services and packaging. Competitive competitiveness requires MSMEs to be more extra in developing both in terms of product, marketing and packaging. In Cibungur Sari Village, there were no MSMEs. So they took the initiative to form and develop their own MSMEs with natural resources in Cibungur Sari Village, namely bananas which are made into Banana Chips with various contemporary flavors, namely strawberry, greentea and tiramisu flavors. One of the first steps when developing MSMEs is to choose attractive and creative packaging to attract the attention of consumers. The purpose of this KKN is to provide guidance on MSMEs and choose

good and attractive packaging. Packaging for a product is to protect the product so that the quality remains good and makes it easier for consumers to carry the product. Packaging can keep the product clean and marketable.

**Keywords :** Real Work Lecture (KKN), Micro Small and Medium Enterprises, Packaging

## **PENDAHULUAN**

Karawang wetan adalah salah satu kelurahan di Kecamatan Karawang Timur, Kelurahan Karawang Wetan ini termasuk dalam kelurahan dengan penduduk terbanyak dan terpadat di Kabupaten Karawang sehingga dikabarkan akan dimekarkan karena jumlah penduduknya yang sangat banyak, walau mungkin tidak akan dimekarkan dalam waktu dekat. Kampung ini berbatasan dengan Kampung Lembur Pasir, Kampung Karawang Kulon, Kampung Karawang Kaler, Kampung Lembur Situ, Kampung Karawang Central dan Kampung Selajambu. Mata pencaharian masyarakat beragam, dari mulai petani, peternak, pegawai pabrik, karyawan swasta, perawat, petugas pajak, guru, dan lain-lain. Total populasi diperkirakan sekitar 350 KK yang terbagi dalam 4 rukun Tetangga dalam 1 Rukun Warga. Kelurahan Karawang Wetan tepatnya di Dusun Cibungur Sari tidak menemukan adanya UMKM jadi berinisiatif untuk menciptakan UMKM sendiri dengan mengembangkan dan memanfaatkan kekayaan alam di desa Cibungur Sari maka perlu pemahaman untuk masyarakat untuk menjadi seserorang wirausahawan yang kreatif dan inovatif dalam menciptakan usaha atau bisnis baru (UMKM).

## **METODE**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan salah satu mata Kuliah yang wajib ditempuh oleh Mahasiswa/i Universitas. KKN dilaksanakan pada periode 01 Juli sampai 31 Juli 2023. Tempat KKN di Kelurahan Karawang Wetan tepatnya di desa Cibungur Sari Kecamatan Karawang Timur Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Pelaksanaan KKN 2023 dilakukan secara offline dengan tema “Gotong Royong Membangun Desa Berkarya dan Berdaya Menuju Tercapainya SDG’s Desa ”. Dengan adanya KKN, mahasiswa/i dapat memberikan ilmu pengetahuan yang sudah dipelajari selama perkuliahan berupa informasi atau edukasi pada masyarakat sekitar.

Metode yang digunakan dalam kegiatan Kuliah Kerja Nyata tahun 2023 ini adalah menggunakan metode sosialisasi pengenalan UMKM dan tanya jawab langsung dengan masyarakat Desa Cibungur Sari. Kegiatan sosialisasi ini dilakukan di Masjid Al-Fatah pada hari

Minggu, 23 Juli 2023.



**Gambar 1.** Sosialisasi UMKM



**Gambar 2.** Dokumentasi

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Packaging (pengemasan) merupakan proses berkaitan dengan perancangan dan pembuatan wadah (container) atau pembungkus (wrapper) untuk melindungi suatu produk. Packaging termasuk wadah utama dari produk, dan juga kemasan kedua yang membungkus sebuah produk. Setelah pembungkus utamanya, pembungkus tersebut mungkin dibuang pada saat produk tersebut telah digunakan. Tahap akhir, kemasan penting untuk pengiriman, penyimpanan dan pengidentifikasian.

Kemasan (packaging) adalah aspek lain dari strategi produk yang perannya semakin

penting dewasa ini. Banyak perusahaan yang mendesain kemasan produknya untuk menyampaikan pesan promosi penjualan seperti undian berhadiah atau kontes memperebutkan hadiah tertentu. Banyak perusahaan yang memandang kemasan sebagai cara yang penting untuk berkomunikasi dengan konsumen dan cara untuk menciptakan kesan terhadap merek suatu produk di memori konsumen. Banyak produk dewasa ini yang menggunakan kemasan sebagai cara untuk menunjukkan citra merek dan identitas.

Dalam berbagai kasus tertentu, kemasan dapat memberikan keunggulan relatif bagi produk di dalamnya. Misalnya, seperti produk UMKM yang dibuat yaitu Keripik Pisang tersendiri memiliki packaging yang menarik dan mudah dibawa kemana saja. Adapun hasil dan pembahasan berdasarkan kegiatan pengabdian yang telah dilakukan yaitu masyarakat desa Cibungur Sari mampu memahami mengenai edukasi oleh mahasiswa KKN terkait pentingnya pembuatan Packaging yang menarik dan baik pada produk sebagai penunjang pemasaran produk. Adanya kemasan yang menarik pada suatu produk dapat menjadi penilaian konsumen untuk mengetahui dan menciptakan peluang untuk membeli kembali produk tersebut secara berkelanjutan.



**Gambar 3.** Packaging inovasi produk UMKM

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan sangat bermanfaat bagi Pelaku UMKM yang mana dapat memanfaatkan packaging produk tersebut sebagai penunjang pemasaran produk dan bisnisnya. Tidak hanya itu, penggunaan packaging yang baik juga memberikan aman kepada produk yang dipasarkan.

Diharapkan kedepannya para pelaku UMKM yang akan memulai usahanya hendaknya lebih memperhatikan adanya packaging yang baik dan menarik pada suatu produk yang akan

diperjual belikan ataupun dipasarkan di kalangan masyarakat umum. Dengan pembuatan packaging yang baik dan menarik tentunya akan menjadi produk menjadi aman dan bisa dibawa kemana saja serta dimana nantinya akan menarik daya beli konsumen bahkan kemungkinan adanya pembelian ulang.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. 2012. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Marianne Rosner Klimchuk & Sandra A. Krasovec, Desain Kemasan, Jakarta: Penerbit Erlangga, 2007), h. 34.
- Hafsah, M. Jafar. (2004) Upaya Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah (UKM).
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2009). Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1, Erlangga Jakarta.
- Muharam, Ashari Satrio. 2010. Analisis Pengaruh Desain Kemasan Produk dan Daya Tarik Iklan Terhadap Brand Awareness dan Dampaknya pada Minat Beli Konsumen. Semarang: Universitas Diponegoro.