

PENGARUH KEMASAN DALAM UMKM BANDENG ISI DI DESA KARYAMULYA

Aura Herdiyanti Nugraha
Program Studi Manajemen, Fakultas ekonomi dan Bisnis
Mn19.auranugraha@mhs.ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Kuliah Kerja Nyata telah dilaksanakan di Desa Karyamulya, Kecamatan Batujaya, Kabupaten Karawang Jawa Barat selama 4 minggu dimulai pada tanggal 1 Juli sampai dengan 31 Juli 2022. Desa Karyamulya merupakan desa yang dipilih menjadi desa tujuan KKN. UMKM adalah bentuk-bentuk kegiatan usaha yang didirikan dalam skala kecil. Meski begitu, dampak ekonomi UMKM sangat besar bagi perekonomian bangsa, sebab selain jumlah pelaku UMKM yang sangat banyak. UMKM di desa Karyamulya cukup banyak salah satu UMKM Bandeng Isi. Permasalahan yang ada di UMKM Bandeng Isi salah satunya ialah pengemasan yang kurang menarik maka dari itu penulis memberikan edukasi untuk memperindah kemasan agar lebih bisa menarik konsumen. Keberhasilan suatu produk di pasar, didukung beberapa hal penting, diantaranya kemasan. Peran penting kemasan pada sebuah produk yang akan dijual. Selain bisa menambah nilai estetika, desain kemasan juga bisa menarik perhatian sekaligus bahan promosi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan cara sosialisasi, wawancara dan observasi. Tujuan dilaksanakannya KKN ini yaitu mengetahui permasalahan yang ada di desa Karyamulya. Selama pelaksanaan KKN berlangsung untuk meningkatkan wawasan pengetahuan dan keterampilan secara utuh yang relevan dalam peningkatan kompetensi, kecerdasan intelektual dan emosional.

Kata kunci: KKN, UMKM, Pengemasan

Abstract

The Real Work Lecture was held in Karyamulya Village, Batujaya District, Karawang Regency, West Java for 4 weeks starting on July 1 to July 31, 2022. Karyamulya Village is the village that was chosen to be the destination village for KKN. MSMEs are forms of business activities that are established on a small scale. Even so, the economic impact of MSMEs is very large for the nation's economy, because apart from the large number of MSME actors. The UMKM in Karyamulya village is quite a lot, one of the Milkfish Fill SMEs. One of the problems that exist in Milkfish SMEs is packaging that is not attractive, therefore the author provides education to beautify the packaging so that it can attract consumers more. The success of a product in the market is supported by several important things, including packaging. The important role of packaging in a product to be sold. Besides being able to add aesthetic value, packaging design can also attract attention as well as promotional material. The method used in this study is a descriptive research method by means of socialization, interviews and observations. The purpose of implementing this KKN is to find out the problems that exist in Karyamulya village. During

the implementation of the Community Service Program (KKN), it is carried out to increase the insight of knowledge and skills as a whole that is relevant in increasing competence, intellectual and emotional intelligence.

Keywords: KKN, UMKM, Packaging

Pendahuluan

UMKM adalah kegiatan usaha yang dijalankan oleh perseorangan atau individu, rumah tangga, atau badan usaha skala kecil. Biasanya bisnis UMKM digolongkan melalui pendapatan per tahun, jumlah karyawan, dan aset yang dimiliki. Pemerintah telah mengatur seputar pengelolaan UMKM ini dalam UU Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

Pada desa Karyamulya mempunyai banyak UMKM salah satunya adalah Bandeng Isi yang berdiri pada tahun 2018 bapak Alek selaku owner sekaligus kades dari desa Karyamulya, owner mendirikan usaha ini dengan niatan membangun ibu-ibu Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga atau yang biasa dikenal dengan ibu PKK.

Bandeng isi memiliki cita rasa yang gurih, dimana cita rasa tersebut berasal dari kandungan lemak yang ada pada ikan bandeng dan juga dari bumbu yang diberikan selama proses pengolahan berlangsung. Produk bandeng ini memiliki keunikan yaitu bandeng tanpa duri jadi bisa siap untuk disajikan dimanapun dan kapanpun.

Pengemasan merupakan salah satu faktor penting yang harus di perhatikan untuk merebut perhatian konsumen. Karena saat ini kemasan bisa menjadi strategi pemasaran yang jitu untuk menarik pelanggan agar tertarik pada produk yang kita jual. Kemasan juga dapat memberi gambaran awal mengenai suatu produk, baik itu dari segi kualitas maupun nilai produk yang di tawarkan oleh produsen. Kotler (2008:207) “Kemasan melibatkan perancangan dan produksi wadah atau pembungkus untuk sebuah produk.

Desain kemasan memerlukan banyak pemikiran dan tentu saja bukan suatu hal yang mudah. Yang paling penting, kemasan tersebut harus menunjukkan identitas sebuah produk. Dalam banyak hal kemasan menggambarkan merek di mata konsumen, dan bila orang mengingat merek tersebut mereka menghayalkan kemasan tersebut dalam hal seperti ini kemasanlah yang menghasilkan penjualan.

Metode (Times New Roman (TNR-12) Bold, Spasi 1.5)

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian deskriptif menggunakan cara sosialisasi, observasi, wawancara, dan melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) secara langsung. Observasi dilakukan oleh peneliti dengan cara pengamatan dan pengumpulan data pendukung.

1. Sosialisasi adalah suatu proses belajar-mengajar atau penanaman nilai, kebiasaan, dan aturan dalam bertingkah laku di masyarakat dari satu generasi ke generasi lainnya sesuai dengan peran dan status sosial masing-masing di dalam kelompok masyarakat.
2. Wawancara adalah metoda yang digunakan untuk mencari data primer dan merupakan metoda yang banyak dipakai dalam penelitian interpretif maupun penelitian kritis. Wawancara dilakukan ketika peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai sikap, keyakinan, perilaku, atau pengalaman dari responden terhadap fenomena sosial. Terdapat peran pewawancara yang berusaha untuk menggali informasi dan memperoleh pemahaman dari responden.
3. Observasi merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan cara mengamati atau meninjau secara cermat dan langsung di lokasi penelitian untuk mengetahui kondisi yang terjadi atau membuktikan kebenaran dari sebuah desain penelitian yang sedang dilakukan.

Kuliah Kerja Nyata ini dilaksanakan di desa Karyamulya yang beramalatkan di Dusun Karyaindah RT/RW 008/002, Desa Karyamulya Kecamatan Batujaya Kabupaten Karawang 41354 pada bulan Juli 2022.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pelaksanaan program Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang telah dilakukan di UMKM Bandeng Isi di Desa Karyamulya Kecamatan Batujaya Kabupaten Karawang merupakan rangkaian kegiatan untuk peningkatan keterampilan UMKM yang ada di desa dengan beberapa tujuan seperti :

1. Meningkatkan empati dan kepedulian mahasiswa.
2. Meningkatkan pengetahuan mengenai digitalisasi.
3. Sosialisasi mengenai strategi *marketing*, pengaruh kemasan dan digitalisasi pada era ini.
4. Mengajak masyarakat untuk lebih terbuka dengan hal-hal yang baru.

UMKM juga tidak hanya memberikan kontribusi yang besar pada PDB tiap tahunnya. Akan tetapi, bisnis ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Bahkan, UMKM juga mampu bertahan saat krisis pangan, seperti yang terjadi di tahun 1998. Di saat itu, banyak sekali bisnis yang tumbang akibat krisis ekonomi, namun aktivitas bisnis UMKM bisa tetap berjalan. Maka dari itu, masyarakat menyebut bahwa UMKM merupakan penyelamat bangsa dalam kondisi yang kelam.

Karena persaingan UMKM terus meningkat dari waktu ke waktu maka dari itu penulis menyarankan banyak hal seperti meningkatkan strategi pemasaran, pengemasan dan lain-lain. Kelebihan dari Bandeng isi ini adalah tidak adanya duri di dalamnya tetapi bandeng isi sendiri merupakan produk yang mudah untuk ditiru, ibu PKK yang membuat bandeng sangat percaya diri bahwa Bandeng Isi ini disukai banyak kalangan, karena jika ada tamu datang ke desa seperti Ibu Bupati dan jajarannya itu akan disajikan bandeng isi tersebut. Respon dari Bupati pun sangatlah positif dan membuat ibu PKK terus menjalankan UMKM ini, dan penulis memanfaatkan kepercayaan diri dari ibu PKK dengan mengembangkan strategi pemasaran dan pengemasan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2016: 29) manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga dan tumbuh pelanggan melalui penciptaan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kemasan merupakan pemicu karena fungsinya langsung berhadapan dengan konsumen, karenanya kemasan harus dapat memberikan impresi spontan yang mempengaruhi tindakan positif konsumen di tempat penjualan (Christine Suharto Cenadi, vol. 2 No. 1, 2000)

Kemasan bermanfaat sebagai tempat untuk suatu produk selama proses pengiriman, mulai dari pembuatan hingga sampai ke tangan konsumen. Kemasan bisa mencegah kerusakan sekaligus mengawetkan produk (Armstrong, 2010). Misalnya, melindungi dari sinar matahari secara langsung, kelembaban udara, oksigen, pencemaran dari virus atau kuman, dan benturan (Rachmat & Pamungkas, 2014)

Pengemasan produk bisa digunakan sebagai media petunjuk bagi konsumen melalui informasi atau tanda yang terdapat pada kemasannya (Hanidah; Santos ; Mardawati; Setiasih, 2018). Kemasan dapat meningkatkan fungsi produk, contohnya menyederhanakan penghitungan produk berdasarkan kemasannya dan memudahkan dalam estimasi pengiriman serta penyimpanan produk tersebut. Memperluas pemakaian dan pemasaran suatu produk.

Permasalahan di dalam pengemasan Bandeng Isi, karena kurangnya edukasi atau sosialisasi mengenai pentingnya pengemasan dalam UMKM yang dijalankan agar menarik konsumen dan

memberikan ciri khas dari UMKM itu sendiri. Karena kurangnya sosialisasi bandeng isi ini belum mempunyai nama *brand* dan logo, isi bandeng yang sudah di pisahkan dengan duri lalu di campur dengan bumbu yang sudah disiapkan hanya menggunakan sendok tanpa sarung tangan. Selain itu masyarakat sekitar banyak yang belum mengetahui adanya UMKM bandeng di Desa Karyamulya.

Beberapa solusi dari permasalahan yang ada ialah dengan cara memperindah pengemasan dengan cara memberikan alat Vacuum agar mempermudah jika ada pengiriman keluar desa agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan dan penulis sudah membuat nama *brand* yaitu “Bandeng Mulya” yang artinya Bandeng isi dari Desa Karyamulya. Mahasiswa juga memberikan alat pembuat sosis untuk memasukan isi bandeng agar tidak banyak tangan yang terkena bumbu tersebut dan mempermudah ibu PKK. Penulis dan mahasiswa KKN mengadakan strategi pemasaran dengan cara mendatangi setiap RT yang ada di desa Karyamulya agar RT bisa membantu mempromosikan kepada masyarakat yang lainnya.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil kegiatan Kuliah Kerja Nyata KKN didapatkan kesimpulan yaitu pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Nyata berlangsung dengan baik dan mitra sangat antusias dengan kegiatan KKN. Dengan diadakannya ini diharapkan masyarakat dapat lebih memahami pentingnya pengemasan, pemasaran dalam UMKM khususnya di desa Karyamulya hingga membuat desa dan produk yang dihasilkan dari desa dapat lebih diketahui oleh masyarakat luas.

Selain itu penulis dan tim KKN juga memberikan sosialisasi tentang kemasan produk yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Sosialisasi penjualan atau pemasaran secara offline atau langsung dengan ibu PKK sehingga dapat meningkatkan promosi penjualan produk yang lebih luas dan mampu bersaing dengan produk lain.

Rekomendasi

1. Bahwa Desa Karyamulya mempunyai potensi yang besar apabila dikelola secara baik melalui optimalisasi potensi yang ada secara terencana.
2. Agar pemerintah desa lebih memperhatikan UMKM yang ada di masyarakat dan mengadakan sosialisasi secara terbuka agar masyarakat mengetahui perkembangan zaman.
3. Sebelum melaksanakan KKN, hendaknya mahasiswa mempersiapkan diri semaksimal mungkin baik pengetahuan, keterampilan, serta mental. Dibutuhkan pengetahuan

agama praktis, terutama bagaimana menempatkan diri sesuai dengan kondisi dimana mahasiswa tinggal.

Daftar Pustaka

Apriyanti, M. E. (April 2018,). PENTINGNYA KEMASAN TERHADAP PENJUALAN. *sosio e-kons, Volume 10, No. 1, ,* pp. 20-27.

Fafa Nurdyansyah, M. K. (2020). Peningkatan Kualitas Produksi dan Pemasaran Produk Bandeng Presto. *Jurnal Surya Masyarakat, Vol. 3 No. 1, T,* Hal. 1-6.

Samuddin1, S. F. (2018). SOSIALISASI PENTINGNYA MENJAGA MUTU. *Journal of Character Education Society*, hal. 18-23.

Pramiro. 2020. *Sosialisasi*. Online

https://www.maxmanroe.com/vid/sosial/pengertian-sosialisasi.html#pengertian_sosialisasi_menurut_para_ahli