

# **PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK UNTUK MEMPERKUAT MINAT PASAR DAN BRAND NUGGET LELE**

Husen Maulana, Afif Hakim  
Program Studi, Fakultas Teknik Industri  
[ti19.husenmaulana@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:ti19.husenmaulana@mhs.ubpkarawang.ac.id)  
[afif.hakim@ubpkarawang.ac.id](mailto:afif.hakim@ubpkarawang.ac.id)

## **Abstrak**

Menyikapi pesatnya perkembangan usaha kecil dan menengah, diperlukan sebuah strategi untuk membuat suatu produk dapat bertahan dan memiliki daya saing dari produk lain yang serupa. Desain kemasan memiliki peran penting dalam pemasaran produk karena menggambarkan wajah dari produk itu sendiri. Pengembangan kemasan produk di usaha kecil dan menengah Nugget lele bertujuan untuk mengembangkan kemasan produk Nugget lele sehingga lebih baik dan lebih menarik. Metode yang digunakan melibatkan beberapa tahapan-tahapan sebagai berikut: Observasi dan wawancara serta tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian berupa sosialisasi Program Kegiatan, Tindak Lanjut Program Kegiatan, dan Tahap Evaluasi. Kegiatan pengembangan kemasan produk telah memberikan perubahan dan pembaharuan yang sangat signifikan bagi kemasan, terutama dari bahan kemasan yang terbuat dari plastik berubah menjadi menggunakan Cup dan penggunaan desain pemasaran yang lebih menarik sehingga tidak hanya membuat lebih menarik namun didalam kemasan juga diberikan berbagai informasi yang sangat dibutuhkan konsumen, berupa informasi lokasi produksi serta informasi pemesanan. Berdasarkan kondisi tersebut, membuat pengemasan produk Nugget lele menjadi lebih baik dan memiliki daya saing tinggi.

Kata kunci: *Kemasan Produk, UMKM, Daya Saing.*

## **Pendahuluan**

Pesatnya perkembangan UMKM

(Usaha Micro, Kecil dan Menengah), diperlukan sebuah strategi untuk membuat produknya dapat bertahan dan memiliki daya tarik bagi konsumen. Terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha karena dapat memberikan dampak besar pada daya saing sebuah produk, salah satunya adalah kemasan. Terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha karena dapat memberikan dampak besar pada daya saing sebuah produk, salah satunya adalah kemasan. Kemasan merupakan pelindung suatu barang yang di produksi untuk menjaga kualitas produk hingga sampai pada konsumen. kemasan juga diartikan sebagai suatu usaha yang dibangun oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek sehingga dapat mendongkrak penjualan menurut. (Azzuhairi et al., 2022).

Makanan adalah makanan olahan yang telah diolah. Pengolahan makanan dari Produk yang dihasilkan industri dalam negeri semakin beragam dan permintaan dari konsumen semakin meningkat. (Eka et al., 2022) Kehadiran makanan olahan ini menjadi pertimbangan konsumen Indonesia terutama karena harga yang relatif rendah dan berbagai jenis produk Akan dibayar. Ada berbagai jenis makanan olahan yang tersebar di wilayah tersebut, Makanan pokok, makanan cepat saji, makanan ringan, kue basah dll. dari Berbagai jenis makanan olahan dan makanan jajanan tersebar di wilayah tersebut Permintaan telah meningkat begitu banyak sehingga Berbagai jenis jajanan beredar di masyarakat. Itu membutuhkan Produsen harus dapat beradaptasi dan inovatif untuk bersaing dengan produk mereka Pesaing. Salah satunya adalah inovasi desain kemasan yang menarik. Pengemasan didefinisikan sebagai aktivitas desain dan manufaktur Wadah atau kemasan produk. Kemasan dianggap sebagai bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan pemasaran. Saat ini desain produk tersebut diakui sebagai satu Faktor kunci yang dapat meningkatkan pemasaran dengan produsen konsumen. Kemasan produk yang menarik mendorong konsumen untuk Menyediakan konsumen dengan kemudahan penggunaan dan kenyamanan penyimpanan Untuk membuat konsumen merasa puas pada produk tersebut. Desain unik, berbagai ukuran, Lebih banyak warna, bentuk, dan informasi kemasan Mempengaruhi konsumen ketika memilih suatu produk. Hal tersebut dapat Menunjukkan bahwa desain produk memiliki dampak besar pada minat Konsumen membeli produk yang ditawarkan. Namun, kemasan Itu salah satu masalah yang dihadapi usaha mikro saat ini.

Kemasan produk selalu menjadi permasalahan serius karena menyangkut identitas dari suatu produk. Problem pengemasan juga terjadi pada (UMKM) Nugget Lele yang sering menerima masukan serta komplain dari konsumen. Hal tersebut membuat tim pengabdian untuk melakukan pendampingan dalam megembangkan dan memperbaharui kemasan produk Nugget Lele

Latar belakang dan dasar pengembangan desain usaha kecil menengah (UKM) dan usaha mikro Kecil Menengah (UMKM) masih terasa belum bisa bersaing di dunia Seperti industri global Hanya tingkat dan kualitas produksi Hadapi penjualan berkelanjutan Area lokal atau area yang ada di sekitar tempat produk dibuat dengan Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat Universitas Buana Perjuangan Karawang

di UKM Batik Sujo adalah untuk megembangkan kemasan produk Nugget Lele sehingga lebih baik dan lebih menarik.

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

Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode PRA adalah sebuah pendekatan yang mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengembangan sebuah kegiatan. partisipatif adalah sebuah pendekatan Tekanan dalam proses penguatan dan peningkatan partisipasi masyarakat Keterlibatan masyarakat dalam semua kegiatan pembangunan. (Eka et al., 2022) Mendekati PRA membutuhkan masyarakat/mitra untuk menjadi perencana dan pelaksana Program pembangunan sekaligus obyek pembangunan.

### **Keterangan Kegiatan:**

#### **1. Observasi dan Wawancara**

Kegiatan utama dari pengabdian masyarakat ini dibagi menjadi tiga fase. Fase yang pertama adalah melalui metode pengajaran dan dialog, yaitu dengan melakukan kegiatan Sosialisasi optimalisasi penciptaan nilai produk, yaitu dengan melakukan pengembangan kemasan produk mitra dengan desain kemasan yang menarik. Sosialisasi yang ditargetkan Membantu mitra memahami urgensi menggunakan kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah / nilai jual produk dan mnganalisis permasalahan-permasalahan yang terjadi pada UMKM Nugget lele.

#### **2. Pengembangan Kemasan Produk dan pembuatan Banner dengan *design* baru**

produk dikemas dengan desain kemasan yang menarik yang telah dikembagkan dan diusulkan oleh tim pengabdian masyarakat, selanjutnya desain kemasan produk yang baru dapat meningkatkan nilai jual produk Anda.

#### **3. Tindak Lanjut Program Kegiatan Dan Evaluasi**

Melakukan pendampingan, pemantauan dan evaluasi Publikasi/distribusi hasil program. Kegiatan pendampingan dilakukan secara berkala Tujuannya adalah untuk memahami kegagalan dan menemukan solusi yang cepat dan akurat. pemantauan Di akhir program, seluruh program dievaluasi. Mengevaluasi hasil yang diperoleh dan kendala yang dihadapi selama kegiatan. Setelah selesai kegiatan, program ini berkelanjutan dan

diharapkan pendapatan mitra meningkat. Untuk memperkuat dan mewujudkan umkm dengan desain kemasan produk yang menarik.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Usaha yang dijalankan masih dapat ditingkatkan pengembangannya mengingat potensi yang dimiliki. Salah satu indikatornya adalah tingkat penjualan yang masih belum optimal. Potensi pasar yang ada masih dapat dikembangkan dan diperluas. Berdasarkan diskusi dengan pemilik usaha ini, diperlukan inovasi, agar usaha yang dijalankan dapat lebih berdaya saing. Salah satunya adalah memperbaiki desain kemasan. sehingga makin menguatkan brand dan menawarkan variasi baru. Penggunaan media daring menuntut penyajian produk dalam kemasan yang lebih baik.

Pengemasan merupakan salah satu strategi yang dapat digunakan untuk mengkomunikasikan sebuah produk (Frangky Selamat et al, 2021). Konsumen biasanya selektif terhadap berbagai elemen visual. Berkomunikasi secara efektif adalah bagian penting dari desain instruksional, dan tampilan visual memainkan.

Desain kemasan adalah bagian penting dari suatu produk, terutama untuk keberadaan produk baru di industri. Desain kemasan mencakup font, tata letak, dan warna yang digunakan pada produk. Skenario saat ini telah mengubah desain kemasan tidak hanya untuk melindungi barang dagangan dari kemungkinan bahaya tetapi juga untuk mendorong pembelian. Dengan kata lain, beberapa konsumen memilih produknya berdasarkan desain kemasan (Frangky Selamat et al, 2021).

Pengembangan kemasan untuk produk Nugget Lele yang diproduksi oleh UKM di Desa Cigunungsari. Kegiatan sosialisasi kepada masyarakat untuk mengembangkan kemasan untuk menarik minat pembeli terutama Desa Cigunungsari merupakan tempat potensi wisatanya sangat tinggi maka dari itu pengembangan produk di lakukan untuk bisa mendongkrak minat pasar dan membuat ciri khas atau membuat design baru untuk produk Nugget Lele.



**Gambar 1. 1** Pembuatan *Design Banner* Pemasaran



**Gambar 1. 2** Dokumentasi bersama pemilik Nugget lele

*Design* yang di harapkan dapat menarik minat pasar dengan beberapa informasi di dalamnya dengan menyasar semua kalangan. Pencantuman harga dan informasi untuk pemesanan di tuangkan di dalamnya agar memudahkan pemesanan dan penggantian logo brand yang lebih simple dan lebih minimalis. Kemasan baru ini dengan tampilan yang segar diharapkan dapat mendorong penjualan Nugget lele lebih optimal lagi. Fungsi-kemasan seperti yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2012:347), yaitu mengidentifikasi brand menyampaikan informasi deskriptif dan persuasif, memfasilitasi transportasi dan proteksi produk, membantu penyimpanan di rumah, dan membantu konsumsi produk, diharapkan dapat terpenuhi (Frangky Selamat et al, 2021) bahwa pengemasan produk adalah bagian dari cara mengomunikasikan produk.



Before



After

**Gambar 1. 3** Pembembangan Kemasan Produk

Pengembangan terhadap kemasapun dilakukan agar dapat menarik minat konsumen. Dengan kemasan awal menggunakan plastic sederhana lalu memakai wadah agar lebih praktis. Wadah tersebut dapat di fungsikan bila mana konsumen yang

membelinya perlu tempat untuk nugget tersebut terlebih lagi penjualan di tempat wisata yang ada di Desa Cigunungsari.

### **Kesimpulan dan Rekomendasi**

Berdasarkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilakukan dalam rangka pengembangan kemasan produk Nugget Lele dan pembuatan Banner baru di Desa Cigunungsari dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- 1) Pengemasan produk Nugget lele merupakan bagian dari strategi komunikasi kepada konsumen
- 2) Pengemasan produk yang baik adalah bagian dari upaya membangun *Brand* Nugget Lele.
- 3) Kemasan yang baru tersaji lebih praktis di bandingkan kemasan lama sehingga penjualan Nugget Lele di harapkan mencapai tingkat optimal.
- 4) Pembuatan banner di harapkan bisa menjadi nilai jual dan identitas sendiri dari *Brand* Nugget Lele untuk menarik minat konsumen terutama dalam hal pemasaran.

Kegiatan KKN serupa sebaiknya dapat dilakukan lebih masif di masa mendatang sebagai bentuk kontribusi bidang keilmuan akademisi bagi masyarakat secara praktis dan implementatif. Dosen dan mahasiswa dapat menerapkan keahlian yang dimilikinya untuk dapat membantu meningkatkan kualitas produk UKMM. Di sisi akademisi, produk yang dihasilkan merupakan Teknologi Tepat Guna yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat. Adapun di sisi UKMM, mereka mendapatkan manfaat transfer keilmuan dalam bentuk peningkatan kualitas produk (melalui desain kemasan yang lebih menjual).

### **Daftar Pustaka**

- Azzuhairi, A. Z., Hariyanto, D., Winarno, A., Hermawan, A., Studi, P., Manajemen, P., Ekonomi, F., Universitas, B., & Malang, N. (2022). PENGEMBANGAN KEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING BATIK SUJO. *Communnity Development Journal*, 3(1), 191–196.
- Eka, N., Setiawandari, P., Febryanto, Y. A., & Wardhani, S. (2022). PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UNTUK MEMPERLUAS PASAR PADA UMKM CATERING MAKANAN TRADISIONAL. *Communnity Development Journal*, 3(2), 1123–1128.
- Frangky Selamat<sup>1</sup>, C. H. K. T. (2021). Pengembangan Kemasan Produk untuk Memperkuat Brand Stik Tempoyak Cap Cus di Jambi. *JOURNAL OF SUSTAINABLE COMMUNITY DEVELOPMENT*, 3, 21–28.