

# INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM KERIPIK JENGKOL DI DESA PAYUNGSARI KECAMATAN PEDES

Aris Maulana , Afif Hakim

Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik

ti19.arismaulana@mhs.ubpkarawang.ac.id

afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran kemasan dimata konsumen yang akan meningkatkan atau menurunkan penjualan produk, Karena sesungguhnya tampilan kemasan yang menarik akan memberi kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli atau tidak membeli suatu produk. Strategi Pemasaran untuk mendongkrak penjualan menjadi sebuah hal yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Apalagi ditengah kondisi pandemi seperti ini dimana semua sektor terpuruk termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berbagai cara dilakukan salah satu nya dengan mengembangkan kemasan agar lebih menarik dan diminati konsumen. Metode penelitian dilakukan secara deskriptif yang bersifat survey langsung pada kelompok-kelompok masyarakat tertentu, studi perpustakaan dan literatur. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk. Dengan ide kreatif dalam menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan kepasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan oleh pemilik UMKM.

Kata kunci: Kemasan, Konsumen, UMKM

## 1. Pendahuluan

Desa Payungsari merupakan salah satu desa di kecamatan Pedes, Kab Kabupaten Karawang, Jawa Barat. Bersumber data yang di dapatkan dari (id.wikipedia.org 2022), Desa Payungsari meliputi kode wilayah 32. 15. 10. 2001. Jumlah dusun di desa Payungsari sebanyak lima dusun yaitu dusun Pedes 1, dusun Pedes 2, Bayur 1, Bayur 2 dan dusun Jatimuka. Dengan kode pos 41353. Mata pencaharian masyarakat desa Payungsari Sebagian besar adalah petani dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Desa Payungsari sendiri memiliki banyak UMKM dengan jenis produk yang beraneka ragam pula diantaranya yaitu rengginang, bibika, bolu, dodol, semprong, keripik pisang, telur gabus, rempeyek, dll. Adapun yang menjadi fokus pada kegiatan KKN ini terdapat tiga UMKM dengan masing-masing satu produk terpilih yang kemudian diikuti sertakan dalam acara Gebyar Paten, produk tersebut adalah sate bandeng, keripik jengkol dan keripik kentang, serta kerupuk RO.

Pada program KKN TEMATIK 2022 dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM

Menuju Masyarakat Mandiri” ini, dilakukan pelatihan kepada masyarakat mengenai pengemasan kripik jengkol, menggunakan wadah dan desain yang tepat. Pelatihan yang diberikan dimulai dari penyiapan contoh wadah dan desain, proses pengolahan dengan menerapkan sistem GMP (Good Manufacture Process) terutama masalah sanitasi pekerja, alat dan lingkungan kerja, proses pengemasan dan pelabelan yang sesuai dengan pemerintah, dan pemasaran baik melalui media social online maupun melalui pasar modern seperti supermarket serta manajemen usaha sehingga untuk jangka panjang diharapkan industri kelapa terpadu skala pedesaan dapat berkembang di Desa Payungsari.

Keripik Jengkol Desa Payungsari merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jajanan tradisional,. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua Kelompok Usaha Keripik Jengkol di Desa Payungsari yaitu ibu Ratis (4/7), beliau menyampaikan kendala terkait tingginya harga beli jengkol saat ini, dan hal itu yang mendasari kurang produktifnya penjualan keripik jengkol ini, Kami membuat inovasi pada kemasan produk agar dapat diminati kembali.

Daya tarik sebuah produk baik produk makanan dan minuman dapat ditingkatkan melalui pengembangan desain kemasan yang baik. Pengembangan desain kemasan mengacu pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Adanya desain kemasan yang baik dapat membuat konsumen selalu ingat mengenai produk tersebut (Samodro, 2018). Daya tarik sebuah produk tidak pernah lepas dari desain kemasan sebuah produk. Desain kemasan merupakan identitas utama yang dapat memberikan informasi perbedaan antara produk satu dengan produk lainnya (Everlin & Yosephine, 2018).

Kemasan adalah salah satu ujung tombak penjualan dalam pemasaran dan penjualan produk. Adanya kemasan memiliki peranan sangat penting yang berhubungan dengan komoditi yang dikemas dan juga sebagai nilai jual dan citra produk. Nilai jual semakin meningkat jika diberikan nilai tambah pada kemasan yang menarik dan citra produk juga meningkat dengan adanya gambaran pada konsumen yang akan memberikan kesan (Zen et al., 2017). Desain kemasan merupakan hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan informasi untuk membuat produk cocok dipasarkan. Faktor-faktor desain meliputi faktor pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan identitas (Tunky & Kohardinata, 2016).

Pada suatu produk, elemen positioning, diffresiasi, dan brand merupakan tiga hal utama yang harus dipertimbangkan dalam sebuah kemasan. Desain kemasan yang menarik mampu membuka ruang tersendiri pada konsumen melalui komunikasi visual (Kristiana, 2018). Tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk

perusahaan. Tampilan kemasan yang menarik akan memberikan kesan tersendiri bagi para konsumen yang akan digunakan dalam penentuan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk (Apriyanti, 2018).

Usaha mikro kecil dan menengah atau biasa disebut UMKM. Strategi Pemasaran untuk mendongkrak penjualan menjadi sebuah hal yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam mengembangkan usahanya. Apalagi ditengah kondisi pandemi seperti ini dimana semua sektor terpuruk termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Berbagai cara dilakukan salah satunya dengan mengembangkan kemasan agar lebih menarik dan diminati konsumen.

Produk yang berkualitas adalah produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dan memiliki jaminan keamanan pangan. Keamanan pangan adalah jaminan kepada konsumen bahwa pangan tidak akan menyebabkan bahaya dari kemungkinan cemaran biologis, kimia, fisik, dan benda lain yang dapat merugikan, selain itu untuk mencapai kepuasan pelanggan maka UMKM harus memiliki cara pengolahan pangan yang baik yaitu dengan menggunakan GMP/persyaratan minimum untuk pengolahan pangan (Surono, 2016).

## **2. Metode**

### **1. Metode Deskriptif**

Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, objek, kondisi, sistem pemikiran ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta, sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki ( Sugiyono, 2007 : 11 ). Beberapa fenomena yang dilihat hubungannya adalah Peran kemasan terhadap peningkatan penjualan produk perusahaan. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan mewawancarai kelompok-kelompok masyarakat, studi perpustakaan dan literatur.

### **2. Waktu Pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata**

Setelah mempertimbangkan tahap pelaksanaan yang telah ditetapkan oleh LPPM Universitas Buana Perjuangan Karawang, berikut ini tabel perencanaan Jadwal Pelaksanaan sebagai pertimbangan untuk pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata di Desa Payungsari Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang.

No.	Jenis kegiatan	Waktu kegiatan KKN			
		Minggu 1	Minggu 2	Minggu 3	Minggu 4
1	Penyerahan Surat Izin dan Pengenalan Desa				
2	Pengarahan Pengisian Prodeskel dari Operator Desa				
3	Sosialisasi Kegiatan Pada UMKM				
4	Penulisan Laporan KKN				

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen.

Selain faktor-faktor tersebut anda juga harus memperhatikan apa yang menjadi tren di masyarakat. Kemasan yang tidak up-to-date akan memberikan kesan produk anda ketinggalan jaman, kecuali jika memang produk anda sudah dikenal luas dan memiliki brand awareness yang kuat. Kemasan yang bagus tentu akan mempengaruhi harga produk. Untuk itu UMKM harus memiliki strategi pemasaran untuk menyiasatinya. Namun bagi Sebagian konsumen yang sangat mengutamakan mutu, harga tidaklah masalah jika memang produk yang ditawarkan benar-benar berkualitas.

Dalam pembuatan Desain packaging yang attractive dan informatif, berikut adalah Packaging yang telah dibuat :



Dari penelitian ini dapat dilihat bahwa desain kemasan memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk, artinya semakin baik kemasan yang ditampilkan oleh perusahaan akan mempengaruhi semakin banyaknya konsumen yang memutuskan untuk memilih / membeli produknya, sehingga dalam membuat desain kemasan perusahaan harusnya bersungguh-sungguh dan tidak semaunya sendiri, yang tentunya juga harus diimbangi dengan kemampuan perusahaan dalam hal dana yang akan digunakan untuk dialokasikan pada desain kemasan ini (karena desain kemasan secara tidak langsung juga berperan untuk mempromosikan produk).

#### **4. Kesimpulan**

Pada dunia usaha saat ini dengan situasi persaingan yang semakin ketat, menuntut para pengusaha yang ingin terus sukses agar kreatif dalam berbagai hal, salah satunya adalah menciptakan tampilan kemasan semenarik mungkin untuk membungkus produk yang dihasilkan dan siap ditawarkan kepasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan perusahaan.

#### **5. Rekomendasi**

Kami menyadari bahwa dalam pelaksanaan KKN masih banyak terdapat kekurangan sehingga diperlukan adanya langkah untuk penyempurnaan. Maka dari itu kami akan menyampaikan saran-saran untuk kebaikan bersama :

- a. Saran untuk mahasiswa KKN selanjutnya
  - Perlu adanya usaha dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk aktif dalam kegiatan kemasyarakatan guna menambah pengetahuan dan keterampilan masyarakat.
  - Melakukan survei kepada masyarakat sebaik-baiknya dan mendapatkan informasi tentang lingkungan dan masyarakat sebanyak-banyaknya, agar dapat merancang program kerja yang tepat untuk diberikan kepada masyarakat, dalam memajukan masyarakat.
  - Tujuan dan sasaran program kerja dirancang sebaik-baiknya sesuai dengan permasalahan masyarakat yang sudah ada, agar dapat memberikan jalan keluar yang tepat kepada masyarakat atas permasalahan tersebut.
  - Diharapkan selama menjadi mahasiswa KKN, untuk tetap terbuka dan sopan dalam menerima kritik dan saran dari masyarakat untuk memudahkan mahasiswa KKN berbaaur dan memahami karakter masyarakat.

b. Saran Untuk desa

- Diharapkan untuk pemerintah desa agar bisa mengembangkan UMKM yang memiliki potensi baik untuk bisa menjadikan desa menjadi lebih maju.
- Diharapkan untuk pemerintah desa harus bisa lebih memperhatikan forum pemuda(karang taruna) yang berada di desa tersebut.

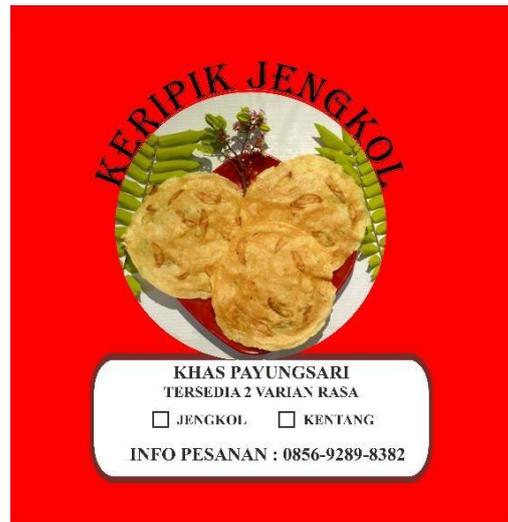
c. Saran Untuk LPPM

- Diharapkan LPPM UBP memfasilitasi sarana pendukung bermanfaat atau hal terkait baik pra maupun selama penerjungan KKN agar mahasiswa mampu menjadikan KKN sebagai proses pembelajaran dan bukan hanya sebagai syarat wajib kelulusan.
- Diharapkan kepada LPPM agar bisa memberikan setiap informasi lebih maksimal kepada para mahasiswa KKN

## 6. Daftar Pustaka

- Rizqi, A. W., Jufriyanto, M., & Pusporini, P. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus: Produk Kerupuk). *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 33-38.
- Widiati, A. (2019). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (umkm) di “mas pack” terminal kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*, 8(2), 67-76.
- Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan desain kemasan produk UMKM di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian Untukmu Negeri*, 1(2), 12-15.
- Angelina Diah Kusumasari dan Supriono, (2017), “Pengaruh desain kemasan produk dan daya tarik iklan terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian Wardah Exclusive Matte Lip Cream”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol.49 No. 2 Agustus 2017).

## Lampiran



Gambar 1.1 Logo Kemasan Keripik Jengkol



Gambar 1.2 Iklan Keripik Jengkol