

INOVASI DESIGN KEMASAN USAHA KERIPIK PARE PANINEUNGAN DI DESA CIKAMPEK UTARA

Hoppy Ronnal Oktora Putra, Afif Hakim
Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik
ti19.hoppyputra@mhs.ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Usaha keripik pare panineungan merupakan usaha industri rumahan yang dikelola secara sederhana oleh sekelompok ibu rumah tangga di desa cikampek utara. Usaha ini dijalankan untuk membantu peningkatan perekonomian keluarga. Keripik pare di produksi secara sederhana di dapur rumah pengelolanya dengan alat-alat produksi seadanya. Pemasaran dari keripik pare masih terbatas karena belum memiliki logo tersendiri bagi produk keripik pare. Melalui kegiatan pengabdian ini, inovasi design pada kemasan dibuat semenarik mungkin agar menjadi sebuah daya tarik tersendiri bagi para konsumen untuk membeli produk tersebut. 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. Metode penelitian dilakukan secara deskriptif yang bersifat survey langsung pada kelompok-kelompok masyarakat tertentu, wawancara, 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 siap ditawarkan kepasar, agar banyak konsumen yang berminat membeli semua produk yang ditawarkan oleh pemilik UMKM.

Kata kunci: Kemasan, Keripik pare, Konsumen, UMKM

1. Pendahuluan

Kecamatan Kotabaru merupakan salah satu kecamatan dari total keseluruhan 30 kecamatan yang ada di Kabupaten Karawang. Kecamatan Kotabaru terdiri dari 9 kelurahan dengan jumlah penduduk pada tahun 2020 yaitu sebanyak 133.367 jiwa (jumlah penduduk berjenis kelamin laki-laki sebanyak 68.083 jiwa dan perempuan sebanyak 65.284 jiwa). Desa cikampek utara adalah salah satu desa yang berada di kecamatan kotabaru, kabupaten karawang. Desa cikampek utara terkenal dengan masyarakatnya yang berprofesi sebagai pengrajin boneka dengan industri rumahnya UMKM (Usaha Mikro Keci dan Menengah). Karena banyak masyarakat yang berprofesi sebagai pengrajin boneka sehingga desa ini sering disebut Kampung Boneka oleh masyarakat luar. Akan tetapi selain boneka, desa cikutra juga memiliki banyak potensi UMKM yang bergerak dibidang kuliner dengan memanfaatkan hasil pertanian masyarakat sekitar. UMKM kuliner di desa cikampek utara diantaranya adalah Keripik Pare yang diciptakan oleh ibu-ibu UPKKS (Unit Peningkatan Pendapatan Keluarga

Sejahtera) bidang ekonomi desa cikampek utara yang tempat produksinya terletak di perumahan cikampek berseri.

Pada program KKN TEMATIK 2022 dengan tema “Inovasi dan Digitalisasi UMKM Menuju Masyarakat Mandiri” ini, dilakukan sosialisasi kepada masyarakat khususnya para pelaku umkm ibu-ibu uppks motekar mengenai strategi pengembangan digitalisasi pemasaran serta hak dan kewajiban bagi pelaku umkm. Sosialisasi yang diberikan dimulai dari pemaparan materi tentang hak dan kewajiban produsen (pelaku usaha) lalu dilanjut dengan strategi pemasaran bagi umkm.

Keripik pare panineungan di desa cikampek utara merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang jajanan tradisional. Berdasarkan hasil wawancara dengan ketua kelompok usaha keripik pare panineungan di desa cikampek utara yaitu ibu yuli (6/7), beliau menyampaikan kendala terkait kurangnya media sosial sebagai sarana pengiklanan produk dan kurang menariknya desain pada kemasan karena belum bisa menjadi daya tarik bagi para konsumen, dan hal itu yang mendasari kurang produktifnya penjualan keripik pare ini, sehingga penulis membuat inovasi pada kemasan produk agar lebih menarik bagi para konsumen.

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, difresiasi, 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).

Metode

1. Metode Deskriptif

Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu 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, studipustaka 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				

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Keripik pare yang sistem pemasarannya belum menjangkau konsumen secara luas baik di dalam desa maupun luar desa menjadikan kendala tersendiri bagi pelaku usaha tersebut. Dibuatnya inovasi pada desain logo bertujuan untuk meningkatkan minat para konsumen agar lebih tertarik untuk membeli produk keripik pare. Dengan desainnya yang unik, inovatif dan terkesan menggugahkan mata para konsumen diharapkan pemasaran yang dilakukan bisa lebih dikenal secara khusus oleh para konsumen. 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 pelaku UMKM 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 pelaku 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 logo yang attractive dan informatif, berikut adalah logo 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 seenaknya 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).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa program unggulan UMKM di Desa Cikampek Utara adalah Keripik Pare Panineungan. Masyarakat dan mahasiswa berkolaborasi memperbaiki proses manajemen usaha dan strategi pemasaran UMKM yang ada di Desa Cikampek Utara dengan memberikan pengetahuan dan strategi pemasaran sehingga terjadi peningkatan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan pengelolaan UMKM di Desa Cikampek Utara. Selain itu mahasiswa juga memperbaiki kemampuan dan kompetensi masyarakat khususnya pelaku UMKM dengan melakukan Seminar strategi pemasaran, yang dimulai dari perencanaan program UMKM, pengorganisasian, pelaksanaan terhadap perencanaan yang telah disusun serta evaluasi terhadap program UMKM tersebut. sehingga dengan adanya pengelolaan UMKM yang baik,

maka diharapkan dapat meningkatkan kegiatan ekonomi desa sesuai dengan kebutuhan masyarakat, sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Cikampek Utara.

Rekomendasi

Terdapat beberapa saran yang dapat dikemukakan sesuai dengan temuan-temuan saat pengabdian program KKN dilaksanakan, diantaranya sebagai berikut:

1. Kegiatan KKN sangat dibutuhkan oleh mahasiswa sebagai proses transfer ilmu sesuai dengan prodi nya masing-masing kepada masyarakat dan pembelajaran bermasyarakat bagi mahasiswa sehingga tetap perlu dilakukan.
2. Aparatur Desa, Badan Permusyawaratan Desa (BPD), dan Remaja Muda yang telah aktif diharapkan dapat dapat memaksimalkan peran dan fungsinya kembali dalam melakukan program pembangunan desa, serta untuk memanfaatkan organisasi ini sebagai wadah untuk mendiskusikan permasalahan yang ada sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Serta meningkatkan keamanan bagi aparat desa agar masyarakat ataupun pendatang mendapat keamanan dan kenyamanan saat berada dilingkungan desa cikampek utara.
3. Dengan adanya penemuan ini diharapkan kepada pelaku usaha UMKM untuk dapat mengembangkan usahanya. Dan kepada pemerintah daerah agar dapat memberikan perhatian kepada usaha-usaha serupa sehingga pengembangannya dapat berjalan secara maksimal.
4. Diharapkan LPPM UBP memfasilitasi sarana pendukung bermanfaat atau hal terkait baik pra maupun selama penerjunan KKN agar mahasiswa mampu menjadikan KKN sebagai proses pembelajaran dan bukan hanya sebagai syarat wajib kelulusan. Dan juga diharapkan kepada LPPM agar bisa memberikan setiap informasi lebih maksimal kepada para mahasiswa KKN agar tidak terjadi miskomunikasi dan persiapan yang lebih matang.

Daftar Pustaka

- Ayu Maulinda, W., Anggi Aprilia, P., & Galang, B. (2019). Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat. *DINAMISIA. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 147–157.
- Fauyhi Eko, N. (2016). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Online Studi Kasus Tokoku. *Simetris : Jurnal Teknik Mesin, Elektro Dan Ilmu Komputer*, 7(2), 717.
<https://doi.org/10.24176/simet.v7i2.786>
- Khairil, H., & Dorris, Y. (2019). Pengembangan Usaha Kuliner Home Industri Sebagai Peluang Kaum Perempuan Menuju Industri Kreatif. *DINAMISIA. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(special issue), 110–116.
- Vicky, P., Supriyono., Arif Ainur, R., & Sugeng Dwi, R. (2019). Peningkatan Proses Produksi Pada UMKM Makanan Di Desa Maos Lor, Kecamatan Maos, Kabupaten Cilacap. *Jurnal Berdaya Mandiri*, 1(1), 25–34

Lampiran



Gambar 1.1 Logo Kemasan Keripik Pare Panineungan



Gambar 1.2 Dokumentasi Sosialisasi dengan Pelaku UMKM