

INOVASI KEMASAN PRODUK PADA UMKM KERUPUK SORODOT MAKINTUT DI DESA KALIJATI

Ahmad Aziz Saputra, Cici Emilia Sukmawati, Afif Hakim
Teknik Industri, Fakultas Teknik
ti19.ahmadsaputra@mhs.ubpkarawang.ac.id
cici.emilia@ubpkarawang.ac.id
afif.hakim@ubpkarawang.ac.id

Ringkasan

Program KKN (Kuliah Kerja Nyata) ini bertujuan untuk memecahkan kesulitan yang dihadapi oleh UMKM produk olahan makanan industri rumahan di Desa Kalijati, Kecamatan Jatisari, Kabupaten Karawang melalui bantuan dalam proses pengembangan desain kemasan (packaging) produk yang dihasilkan oleh UMKM. Justifikasi persoalan prioritas dikembangkan dengan optimalisasi potensi melalui pemberdayaan masyarakat melalui dukungan program Pengabdian kepada Masyarakat guna peningkatan awareness terhadap kemasan melalui survey tingkat kepentingan kemasan, pengembangan teknologi tepat guna dan pengembangan jaringan pemasaran guna peningkatan daya saing produk olahan makanan rumahan UMKM di Desa Kalijati. Rancangan desain metode pelaksanaan solusi permasalahan dimulai dengan koordinasi dengan Kepala Desa dan Sekretaris Desa Kalijati. Luaran yang akan dihasilkan dari program Pengabdian kepada Masyarakat adalah teknologi Tepat Guna, berupa rancangan/desain kemasan dan tingkat pemahaman yang tinggi tentang pentingnya kemasan melalui pelatihan pengembangan kemasan.

Kata Kunci: Desain kemasan, Pelatihan kemasan, UMKM.

Pendahuluan

Perkembangan dunia bisnis yang semakin eksis diseluruh kalangan sehingga dapat berkembang semakin pesat dan dapat dilihat dari banyaknya penjualan online serta semakin membludaknya penjual yang bergabung dalam e-commerce. Banyaknya orang yang menggeluti bisnis akan semakin menambah persaingan serta banyaknya opsi pilihan sebuah produk. Banyaknya pengguna aktif internet pun menjadikan konsumen semakin selektif dalam memilih suatu produk, konsumen juga akan lebih mudah membandingkan produk satu dengan produk lainnya. Perbandingan yang dilakukan konsumen biasanya melalui tampilan luar sebuah produk atau biasa disebut kemasan produk. Oleh karena itu tampilan awal sebuah produk biasanya harus benar-benar diperhatikan oleh produsen atau penjual. Selain bahan baku bisa menjadi kendala, masalah lain yang ikut jadi kendala adalah tidak didukungnya kemasan yang menarik untuk mendukung penjualan produk.

. Pada masa yang serba online ini fungsi kemasan sebagai sarana promosi memiliki andil yang besar dalam pemasaran produk itu sendiri. Selain itu, unsur lain nya yang mempengaruhi penjualan produk seperti pemasaran, kualitas produk dan kemasan harus mendukung satu sama lain. Pesaing dan kompetitor yang semakin banyak dalam

perkembangan usaha olahan makanan, menuntut inovasi dan kreatifitas dari para pemilik bisnis kuliner sekarang ini. Tidak hanya cita rasa, tetapi kemasan juga diharap mampu menjadi daya tarik tersendiri dari sebuah produk apalagi di era yang serba online ini. Ada beberapa pedagang UMKM yang belumsama sekali memiliki identitas sebuah produk dalam bentuk kemasan yang digunakan untuk mengembangkan produk UMKM agar dapat dikenal secara luas namun adanya keterbatasan yang dimiliki owner tentang pemahaman digital marketing sehingga menjadikan hambatan untuk berkembangnya suatu produk. Alasan memilih kemasan kerupuk sorodot emak Desa Kalijati karena kurangnya kelayakan pada kemasan dan kurangnya informasi pada kemasan yang membuat kepercayaan konsumen rendah dan susah dalam mencari informasi produk

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan selama kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang berlangsung di desa Kalijati, Kecamatan Jatisari, kabupaten karawang yang diselenggarakan pada tanggal 1 juli sampai dengan 31 juli 2022. Metode penelitian yang digunakan pada penciptaan yaitu menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan penelitian berbasis (Practive Based Reserch) yang data penelitiannya berasal dari wawancara, teknik dokumentasi dan, observasi.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini juga digunakan untuk dapat penggambaran/penjelasan dari keinginan tentang kemasan. Dalam proses perancangan, penelitian ini memerlukan beberapa data yang akurat untuk dianalisis sebagai landasan pembuatan karya yaitu:

a. Data Primer

Sumber data yang diperoleh secara langsung dari pemilik kerupuk serodot Mak Ntut Desa Kalijati. Sumber data ini dijadikan sebagai sumber data utama.

b. Sumber Sekunder

Sumber data yang diperoleh dari observasi dari beberapa sumber seperti buku, penelitian ilmiah, dan jurnal melihat desain kemasan produk homemade. Untuk mempelajari perkembangan desain kemasan.

Metode Pengumpulan Data

a. Teknik wawancara

Wawancara secara tatap muka dengan narasumber pemilikkerupuk sorodot Mak Ntut Desa Kalijati. Penggunaan wawancara ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan permasalahan dari perkembangan yang diangkat.

b. Teknik Dokumentasi

Dokumentasi tidak hanya berupa gambar tetapi bisa berupa tulisan atau karya yang mendefinisikan catatan peristiwa yang sudah berlalu.

c. Observasi

Melalui observasi dapat mempelajari tingkah laku dan hal penting yang berkaitan dengan data yang diperlukan. Seperti pengamatan produk bahan-bahan yang digunakan untuk pembuatan kerupuk sorodot

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Perancangan inovasi kemasan ini bertujuan agar kemasan dapat memberikan suatu gambaran tentang produk kerupuk sorodot Mak Ntut sebagai produsen Kerupuk sorodot yang berkualitas. Fungsi utama inovasi kemasan ini tidak lepas dari fungsi kemasan yaitu melindungi produk dan dapat diproduksi secara masal. Membuat konsumen lebih mudah mengingat merek kerupuk sorodot Mak Ntut. Selain itu, kemasan ini masih bisa berpromosi meski telah dibuang, karena didalam desain kemasan terdapat informasi produk. Brand Positioning yang akan dibuat tidak terlepas dari positioning kerupuk sorodot. sebagai merk dengan bahan kualitas terbaik tanpa pengawet sehingga aman untuk dikonsumsi dan bisa bertahan selama 2-3 bulan. Selain itu, kerupuk sorodot Mak Ntut ini juga memiliki 2 varian rasa yaitu pedas dan original dimana dapat memenuhi keinginan konsumen sesuai request, sehingga dapat tercapai kepuasan konsumen. Selama ini identitas produk belum memiliki logo dan desain kemasan yang akan ditampilkan. Maka dari itu brand identity akan ditampilkan pada logo dan desain kemasan dengan menggunakan warna, tipografi, dan ilustrasi.



Gambar 1 Pengimplementasian Inovasi Kemasan Pada UMKM Kerupuk Sorodot

Desain keseluruhan yang akan ditampilkan dapat menyampaikan pesan-pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen yang nantinya akan lebih muda dikenal dan diingat oleh konsumen.

Didalam desain kemasan terdapat informasi produk. Brand Positioning yang akan dibuat tidak terlepas dari positioning.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Dalam proses ini disimpulkan bahwa kemasan memiliki peran yang penting untuk menciptakan sebuah daya tarik konsumen yang menentukan posisi merek produk. Berdasarkan uraian diatas, subjek kerupuk sorodot Mak Ntut yang memiliki masalah perihal kemasan yang tidak menarik dan kurang dapat mengemas produk dengan baik.

Inovasi kemasan ini memberi simpulan bahwa kemasan tidak hanya tentang fungsionalnya saja namun juga harus memiliki factor perlindungan dan factor teknis yang harus memiliki inovasi baru seiring berkembangnya zaman. Misalnya dapat dilihat dari estetika karena kemasan bisa menjadi sebagai “silent marketing” yang menarik dan konsumen tertarik membeli produk tersebut. Selain itu pemanfaatan dari kemasan juga harus dipertimbangkan karena pada saat ini masalah limbah kemasan masih belum terpecahkan. Sehingga inovasi kemasan ini diharap mampu membantu menyelesaikan permasalahan limbah dalam lingkup kecil.

Adapun rekomendasi dari pembinaan ini adalah pihak desa harus lebih sering lagi mengadakan pelatihan bagi masyarakat kalijati untuk mengenal digitalisasi UMKM. Pelatihan dapat juga berupa workshop yang lebih komprehensif. Demi menunjang kesejahteraan UMKM, pelatihan mengenai digitalisasi UMKM perlu dilakukan, seperti edukasi pembayaran digital dan pemasaran digital lainnya. Hal ini akan membantu masyarakat desa kalijati sekaligus mengurangi pengangguran.

Daftar Pustaka

- Drucker,P.F. 2012. *Inovasi dan Kewiraswastaan* . Jakarta: Erlangga.
- Handojo, Roy Grace dkk. *Perancangan Kemasan Inovatif Gado-Gado Arjuna Pak Satumin* Surabaya. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Julianti, Sri. 2014. *The Art Of Packaging Mengenal Metode, Teknik, dan Strategi Pengemasan Produk untuk Branding dengan Hasil Maksimal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Klimchuck,M. & Krasovec, S. 2007. *Desain Kemasan: Perncanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampau Penjualan*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Keller. 2012. *Managemen Pemasaran Edisi ketigabelas Jilid 1 dan 2 dialibahasakan oleh Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga