

Pengembangan Kemampuan Manajemen Pemasaran Melalui Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Umkm di Desa Kerato

Fendy Maradita¹, Anwar², Fahlia³, Fadli Faturrahman⁴, Rian Hardiansyah⁵, Agus Santoso⁶, Hartini⁷, Jayanti Mandasari⁸, Nurasia⁹, Nurmaliyah¹⁰

^{1,2,3,4,5}Program Studi Kewirausahaan, Universitas Teknologi Sumbawa,^{6,7,8,9}Program Studi Manajemen, Universitas Teknologi Sumbawa, ¹⁰Program Studi Aktuaria, Universitas Teknologi Sumbawa

ARTICLE INFO

Article history:

Received 2023-09-05

Revised 2023-09-11

Accepted 2023-09-30

ABSTRAK

Tujuan dari pengabdian ini untuk memperluas pemasaran produk dan pengenalan pengemasan produk pada masyarakat di Desa Kerato yang mempunyai usaha. Metode yang digunakan dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan mengenai teknik pengemasan produk dan pemasaran Produk. Pemasaran menjadi ujung tombak dalam suatu usaha, sehingga hal ini perlu ditingkatkan setiap saat dan di berikan pengetahuan mengenai pemasaran yang terus berkembang. Hasil dari kegiatan ini yaitu Masyarakat di desa Kerato yang memiliki usaha bisa lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang menarik dan melakukan pemasaran yang benar sehingga dapat meningkatkan usahanya.

Kata Kunci: Pemasaran, Pengemasan

ABSTRACT

The purpose of this service is to expand product marketing and introduce product packaging to people in Kerato Village who have businesses. The method used is to provide counseling and training regarding product packaging techniques and product marketing. Marketing is the spearhead in a business, so this needs to be improved all the time and given knowledge about marketing that continues to grow. The result of this activity is that the community in Kerato village who have a business can better understand how to apply attractive packaging and carry out proper marketing so that they can increase their business.

Keyword: Packaging, Marketing

This is an open access article under the [CC BY](#) license.



Corresponding Author:

Fendy Maradita

Program Studi Kewirausahaan, Universitas Teknologi Sumbawa;

1. PENDAHULUAN

Pada era sekarang peningkatan wirausaha sangat melonjak drastis. Setiap tahun ke tahun di Indonesia mengalami pertambahan jumlah UMKM yang pesat. Pemerintah mengambil kebijakan untuk meningkatkan kapasitas usaha mikro dan kecil agar dapat naik kelas menjadi usaha menengah, pemerintah juga mengatur perundangan-undangan UMKM di dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. UMKM merupakan bagian yang mampu memberikan dampak terhadap perkembangan ekonomi masyarakat dengan melakukan pemberdayaan sumber daya manusia untuk menghasilkan suatu inovasi produk khas daerah atau untuk memenuhi kebutuhan masyarakat (Damayanti and Sumiati 2018). UMKM memiliki dampak yang cukup signifikan bagi perekonomian masyarakat dengan memiliki pengaruh 80,2% terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (Simangunsong 2022).

Berdasarkan data dari Kemenkop UKM yang dihimpun dalam Majalah Treasury Indonesia rilisan Ditjen Perbendaharaan Kementerian Keuangan (2022) menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran terhadap perekonomian Indonesia dengan kontribusi jenis usaha di Indonesia mencapai 99,9% merupakan UMKM dan mampu menyerap 97% tenaga kerja dan berkontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 57%. Data tersebut menunjukkan UMKM merupakan faktor primer dalam membangun perekonomian negara yang kemudian akan berdampak pada kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Desa kerato merupakan satu dari 8 desa dan kelurahan yang berada di kecamatan Unter Iwes. Desa dengan Luas Wilayah Desa Kerato 6.655,92 km. Jumlah penduduknya sebagian besar bersuku daerah Sumbawa. Adapun pembagian wilayah administrasi kecamatan unter iwes menurut tingkat perkembangan desa tahun 2017 termasuk dalam Swasembawa dan klasifikasi dari LPM merupakan desa Maju dan sarana perekonomian di desa kerato sendiri hanya terdapat kios dengan jumlah 30 kios yang tersebar di sekitar desa ataupun perumahan penduduk. Melihat jumlah kios/pedagang kecil di desa kerato yang masih sedikit menjadi fenomena bahwa kecilnya minat UMKM atau masyarakat untuk mengembangkan usaha dan potensi desa dalam hal mengembangkan minat *entrepreneur* berbasis kreatif dan inovatif.

Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kemasan yang masih sederhana dan pemasaran yang masih tradisional. Padahal kemasan merupakan kunci bagi produk untuk lebih menjual dan memiliki nilai tambah. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Fungsi kemasan adalah untuk melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar ultraviolet, panas, kelembaban udara, oksigen, benturan, kontaminasi dari kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk (Anasrulloh and Basiron 2017). Pelatihan kewirausahaan berupa pemberian pelatihan pengemasan produk dan pemasaran produk dapat menjadi solusi ketidakberdayaan pelaku usaha dalam mengelola usaha bisnisnya. Pengemasan produk akan menciptakan daya tarik produk dan meningkatkan minat beli konsumen. Kemasan merupakan kesan singkat citra produk dan identitas merek yang hendak dikomunikasikan produsen (perusahaan) kepada konsumen.

2. METODE

Metode kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pelatihan kepada masyarakat di desa kerato yang memiliki usaha. Pembimbing dan Narasumber pengabdian ini adalah dosen program Studi kewirausahaan. Metode edukasi yang dilakukan mencakup sosialisasi dan penyuluhan sebagai sarana transfer ilmu pengetahuan dan pendidikan untuk pemberdayaan masyarakat (Dharta and Prasetyo 2021). Metode kegiatan yang digunakan dalam kegiatan ini yaitu memberikan pelatihan mengenai pemasaran dan pengemasan produk. Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di lingkungan Desa Kerato ini meliputi beberapa kegiatan yaitu yaitu pengumpulan data, Identifikasi masalah, Analisis Kebutuhan materi pelatihan, Perancangan dan penyusunan pelatihan, pelaksanaan pelatihan dan Dokumentasi kegiatan dan laporan yang disajikan dalam pada gambar sebagai berikut (Widiasmara and Lestari 2022) :



Gambar 1. Alur Pelaksanaan kegiatan “Workshop Pengembangan Kemampuan Manajemen Pemasaran Melalui Teknik Pengemasan dan Labeling Produk UMKM ”

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data ini bertujuan untuk mengetahui kondisi UMKM yang ada di Desa Kerato yang dilakukan oleh Dosen Kewirausahaan. Data di kumpulkan dengan wawancara terhadap Kepala Desa Kerato dimana cara pengemasan yang dilakukan oleh UMKM di Desa Kerato masih sangat sederhana dan pemasaran yang masih tradisional.

2. Identifikasi masalah

Identifikasi masalah dilakukan untuk mengetahui masalah yang dihadapi UMKM di Desa Kerato. Masalahnya adalah belum banyak yang mengetahui pentingnya pengemasan dan labeling serta pemasaran produk sehingga para UMKM Di Desa Kerato tidak dapat optimal dalam menghasilkan laba bersih. Dalam hal ini masyarakat di Desa Kerato yang memiliki usaha belum mempunyai pengetahuan lebih mengenai tata cara pengemasan dan promosi secara luas.

3. Analisis Kebutuhan Materi Pelatihan

Berdasarkan identifikasi masalah yang dilakukan maka materi yang dibutuhkan untuk meningkatkan profit dan bisa bersaing dengan competitor pada UMKM yang bertujuan Membantu memperbaiki proses pengemasan dan proses pemasaran agar menjadi lebih produktif, inovatif, dan memiliki daya jual tinggi menggunakan inovasi dan dukungan kecanggihan teknologi. Mempromosikan produk mitra kepada masyarakat yang lebih luas lagi. Memberikan pengetahuan kepada mitra perihal optimalisasi laba melalui pengemasan yang inovatif dan promosi yang memiliki jaringan luas (internet).

4. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan Workshop Pelatihan dilaksanakan di kantor Kepala Desa Kearto. kegiatan akan dilakukan selama 1 hari dimana dimulai dari jam 09.00-12.00. Kegiatan akan diikuti oleh masyarakat Desa Kerato yang memiliki Usaha. Materi yang diberikan terdiri dari 2 judul yaitu tentang Pengemasan dan juga Pemasaran.

5. Dokumentasi kegiatan dan Laporan kegiatan

Dokumentasi kegiatan akan dilakukan dalam bentuk foto kegiatan dan laporan kegiatan Dokumentasi kegiatan merupakan salah satu bukti dari pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Disamping itu juga, dokumentasi kegiatan berupa laporan dapat dijadikan sebagai evaluasi terhadap kegiatan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Masyarakat di desa kerato begitu juga dengan pihak civitas kantor Desa Kerato serta kepala Desa kerato sangat menyambut kegiatan pengabdian masyarakat ini karena dengan adanya pengabdian ini dapat memberikan pengetahuan kepada masyarakat desa kerato yang memiliki usaha mengenai bagaimana melakukan pemasaran dan juga pengemasan produk bagi usaha mereka baik itu dalam bidang kuliner maupun frozen food. Kegiatan workshop ini dapat memberikan motivasi kepada masyarakat desa kerato dalam membuat suatu pengemasan dan juga pemasaran produk mereka. Pelaksanaan Kegiatan pengabdian masyarakat oleh program studi kewirausahaan berlangsung 3 sesi. Materi yang disampaikan meliputi Pengemasan Produk dan Pemasaran yang baik dan benar. Workshop diikuti oleh 15 orang yang terdiri atas ibu-ibu dan bapak-bapak yang memiliki usaha.



Gambar 2 Dokumentasi Pembukaan Kegiatan Pelatihan Pengemasan dan Pemasaran

Gambar 2. merupakan dokumentasi Pembukaan kegiatan pelatihan pengemasan dan pemasaran yang dihadiri oleh Kepala Desa Kerato dan juga para dosen dari Program Studi Kewirausahaan Universitas Teknologi Sumbawa, mengingat UMKM harus memiliki kesadaran bahwa pengemasan dan promosi adalah dua hal yang sangat penting selain proses produksi untuk peningkatan laba, mulai memiliki kesadaran bahwa penggunaan kemasan inovatif dengan adanya pemasaran dengan memanfaatkan media sosial dapat memperbaiki daya jual dan perluasan pangsa pasar produk yang dihasilkan, serta memberikan sticker logo pada produk agar lebih dikenal luas dipasar, sehingga harapan dari kegiatan ini adalah pengetahuan dan kemampuan masyarakat Kerato yang memiliki usaha semakin bertambah sehingga ada motivasi untuk pemasaran produk ke lingkungan masyarakat luas dengan pemanfaatan jejaring sosial. (Sarwandi and Creative 2017).



Gambar 3. Dokumentasi Pemateri Pertama mengenai Pengemasan

Pemateri yang pertama dibawakan oleh Bapak Fadli Faturrahman, S.E., M.M. Inov selaku dosen Kewirausahaan seperti yang tertera pada gambar 3. Disini pak Fadli memaparkan materi mengenai Seni Pelabelan: Meningkatkan Presentasi Produk Anda. Berdasarkan pemasarannya bahwa pelabelan sangat penting karena dapat meningkatkan Presentasi Produk anda di mata konsumen. Kemasan produk di sini bisa dalam bentuk, label, dan gambar dapat berfungsi sebagai daya tarik, citra produk, dan sarana promosi dalam meningkatkan kepercayaan dan minat beli konsumen. Pak Fadli selaku seorang usahawan juga menceritakan bagaimana beliau membuka suatu usaha dengan menggunakan kemasan yang dapat menarik pelanggan sehingga penjualannya mengalami peningkatan. Menurut Sulistyandari et al., (2017) bahwa produk yang dipasarkan harus melalui Standar Nasional Indonesia, label halal, dan Hazard Analytical

Critical Control Point.

Salah satu cara melakukan pelabelan harus melihat dari kebutuhan dan keinginan konsumen selain itu dilihat juga preferensi, demografi dan perilaku pembelian mereka dalam membuat desain kemasan (Packaging). Dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen maka akan terjalin hubungan yang akan menarik perhatian konsumen

dan mendorong konsumen untuk memilih produk anda dari pada pesaing. Selain itu juga dalam pembuatan kemasan harus memperhatikan tren di pasar saat ini. Merancang label yang menarik secara visual dengan desain yang menggunakan warna, tipografi dan citra sesuai dengan identitas merek dan konsumen yang diinginkan. Memilih bahan kemasan yang tepat juga menjadi salah satu hal yang harus diperhatikan dalam membuat kemasan.

Sebuah kemasan yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi atau promosi yang mendorong penjualan suatu produk, karena kemasan (packaging) pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merek dagang perkembangan (packaging) akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi dalam meningkatkan nilai jual produk. Wawasan tentang teknik kemasan produk sebagai bekal keterampilan home industry yang dapat menunjang ekonomi rumah tangga, sehingga pelaku usaha dapat membuat berbagai bentuk kemasan secara unik dan kreatif (Aryani, Nuviana, and Heryadi 2020).



Gambar 4. Dokumentasi Pemateri Kedua mengenai Pemasaran

Pemateri Kedua dibawakan oleh Dosen muda dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Teknologi Sumbawa yaitu Bapak Agus Santoso, M.P., M.M Inov seperti pada gambar 3. Beliau menjelaskan betapa pentingnya pemasaran dalam setiap usaha karena pemasaran itu merupakan suatu proses untuk memberikan nilai dari suatu produk atau jasa kepada konsumen yang akhirnya dapat meningkatkan penjualan sehingga menghasilkan laba ataupun keuntungan. Selain itu di sini juga terdapat penjelasan apa itu jenis pemasaran konvensional dan digital dimana sekarang ini masyarakat lebih banyak melakukan pemasaran digital. Hal ini dilihat dari tingkat penggunaan internet dan juga platform sosial media yang lebih banyak di gunakan. Pemaparan terakhir yang diberikan berupa keberhasilan pemasaran dilihat dari kualitas produk, Market, Chanel Pemasaran, dan factor eksternal (Kondisi Ekonomi dan Tren). Terakhir Diberikan beberapa trik untuk sosial media yaitu Story maksimal 5 kali, Mengupload konten secara rutin, Membuat Caption yang menarik, Komentar dan endorsement. Sholahuddin et al., (2020) menyatakan perlunya keahlian untuk melakukan kegiatan pemasaran, karena dapat meningkatkan penghasilan/atau penjualan suatu produk. Pengadaan sosialisasi ini

dilatarbelakangi oleh hasil observasi dan wawancara kepada kepala desa kerato yang mengatakan bahwa para pelaku UMKM di Desa kerato terkendala mengenai pengemasan dan pemasaran produk, sehingga kami berinisiatif mengadakan sosialisasi ini. Melalui sosialisasi pengemasan dan pemasaran produk diharapkan masyarakat dapat meningkatkan omset penjualannya dan menambah pengetahuan masyarakat bahwa pengemasan yang baik, dapat meningkatkan nilai jual produknya. Program pengabdian ini bertujuan agar masyarakat dapat mengembangkan usaha bisnis dengan melihat pengemasan produk dan juga pemasaran sehingga bisa mendapatkan penghasilan tambahan.



Gambar 5. Dokumentasi Sesi Tanya Jawab oleh Peserta

Sesi terakhir pada kegiatan ini adalah melakukan sesi sharing Season ataupun ptanya jawab dari perserta yang hadir. Seorang peserta, Ibu Irene membagi pengalamannya dalam mengembangkan produknya yang telah dikemas serta memiliki label. Serta pertanyaan kedua datang dari ibu Zaitun dimana dia memiliki usaha ikan. Pemasaran yang dilakukan dari mulut ke mulut namun tidak efisien sehingga melakukan pemasaran dengan media sosial dan mengalami peningkatan dalam penjualan serta lebih efektif dan efisien serta praktis. Usaha penjualan Ikan yang di kelola menjadi ikan bage yang dikemas. Serta pertanyaan dari para peserta yang hadir yaitu cara mengatasi pemasaran bagi usaha kios. Ibu Irene memberikan masukan atas pertanyaan dari ibu Zaitun bahwa ikan bage tersebut bisa di vacuum sehingga bisa di jual ke luar Sumbawa ataupun keluar negeri. Untuk label halal bisa di konfirmasi kepada dinas perdagangan karena menurut pak fadli Faturrahman dalam pengurusan label halal untuk hewani berbayar. Selanjutnya di jawab oleh Bapak Agus Santoso memberikan sebuah contoh kepada ibu Zaitun. Menurut Bapak Agus Santoso perlu ada group yang khusus untuk menjual ikan. Ikan bisa di olah menjadi Abon dan Pindang namun harus memikirkan tahan lama abon dan pindang tersebut. Kerjasama dengan dinas kesehatan serta kampus dan bertanya kepada dinas koperasi dan perdagangan.

Kegiatan pengemasan ataupun labeling mengoptimalkan pemasaran sosial media agar dapat mendatangkan keuntungan bagi para pelaku UMKM. Proses dalam mendatangkan keuntungan ini adalah memberikan tips dan cara khusus agar barang dagangan dapat laku terjual. Hasil yang didapatkan dari pelatihan ini adalah Masyarakat Kerato yang memiliki usaha dapat memulai dengan membuat desain logo dan kemasan untuk produk mereka sehingga dapat menarik pelanggan serta pemasaran konvensional beralih kepada pemasaran digital yaitu dengan pemanfaatan sosial media secara optimal untuk mendatangkan keuntungan. Di sini kami menawarkan kepada para pelaku UMKM dalam pendampingan UMKM yang di lakukan oleh Universitas Teknologi

Sumbawa dengan Diskoperindag Sumbawa Besar dalam memberikan pendampingan kepada UMKM yang ada di Sumbawa. Terakhir Pelatihan ini di tutup dengan foto bersama dengan seluruh peserta.



Gambar 6 Dokumentasi Kegiatan Pengembangan Manajemen Pemasaran Melalui Teknik Pengemasan dan Labeling di Desa Kerato

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat di Desa Kerato, Kabupaten Sumbawa, Propinsi Nusa Tenggara Barat dapat disimpulkan berjalan dengan baik. Proses transfer pengetahuan mengenai pengemasan dan juga Pemasaran dengan para pelaku UMKM Desa Kerato dapat dilakukan dengan suasana yang menyenangkan dan diskusi yang mampu memberikan wawasan terhadap pemecahan permasalahan oleh Masyarakat Desa Keato. Para pelaku UMKM Desa Kerato besepakat mengoptimalkan Pengemasan dan juga pemasaran sebagai sarana promosi yang dapat meningkatkan jumlah penjualan bagi UMKM Desa Kerato. Pelaksanaan pelatihan pengembangan manajemen pemasaran melalui teknik pengemasan dan labeling di Desa Kerato dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM Desa kerato secara umum sudah berjalan dengan baik berkat kerjasama antar panitia serta dukungan berbagai pihak. Namun ada beberapa hal yang menjadi catatan setelah kegiatan tersebut berlangsung, yaitu, para peserta pelatihan membutuhkan pendampingan secara kontinuitas setelah kegiatan ini, sebab masih banyak peserta pelatihan yang kurang bisa dalam merancang konten marketing dalam media sosial dan mendesan pengemasan yang sesuai dengan usaha mereka

REFERENSI

- Anasrulloh, Muhammad, and Basiron. 2017. "Pelatihan Pembuatan Kemasan (Packaging) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Kue Kacang Emping Melinjo." 5:26–30.
- Aryani, Dewi Isma, Nina Nuviana, and Heddy Heryadi. 2020. "Pelatihan Pembuatan Kemasan Sabun Bunga Matahari Di Desa Bojonghaleuang Sebagai Program Community Empowerment." *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis (JKB)* 25(2):76–85. doi: 10.20961/jkb.v25i2.44776.
- Damayanti, and Sumiati. 2018. "Sistem Informasi Daya Tarik Pembelian Produk UMKM Home Industri Berbasis WEB." *Konferensi Nasional Sistem Informasi* 1(1):502–7.

- Dharta, Firdaus Yuni, and Hemi Prasetyo. 2021. "Influence of Attitude on Online Impulse Buying: Perspective on Marketing Communication." (December). doi: 10.25139/jsk.v5i3.4138.
- Sarwandi, and Cyber Creative. 2017. *Jago Microsoft Word 2016*. Elex Media Komputindo.
- Sholahuddin, Arif, Rizki Nur Analita, Rilia Iriani, and Bambang Suharto. 2020. "Pemberdayaan Perempuan Desa: Produksi Dan Pemasaran Nata de Coco." *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 1(2):49. doi: 10.20527/btjpm.v1i2.1806.
- Simangunsong, Desi. 2022. "Analisis Kinerja Pegawai Kecamatan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik (Study Kasus Kecamatan Nassau Kabupaten Toba)." *Repository*.
- Sulistiyandari, Ekaningtyas Widiastuti, and Suci Indriati. 2017. "Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak 'Mirasa' Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes." *Adimas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(2):1. doi: 10.24269/adi.v1i2.597.
- Widiasmara, Anny, and Ayu Lestari. 2022. "Pelatihan Pengemasan Dan Promosi Guna Meningkatkan Nilai Jual Pada 'Pabrik Kerupuk Rambak Pak Sunar.'" 1:78-86.