UPPM Politeknik ATI Padang
Journal of Industrial Community Empowerment
DOI: http://dx.doi.org/10.52759/jice.v2i1.191
Vol. 2, No. 1, April 2023, Page. 24-29

Teknologi Desain Kemasan Dalam Upaya Peningkatan *Value Added* Produk Usaha Kecil dan Menengah

Gustiarini Rika Putri [1], Rizki Fadhillah Lubis [1]*, Fikri Arsil [1], Tosty Maylangi Sitorus [1], Zulhamidi [1], Rahmad Syukur Siregar [2]

[1] Politeknik ATI Padang, Jl. Bungo Pasang Tabing, Kota Padang, 25171, Indonesia
[2] Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Medan, Indonesia

Submitted: March 27th 2023; Revised: April 29th 2023; Accepted: April 30th 2023

Keywords:
Branding, Packaging, Value Added

Abstract This community service activity aims to provide understanding and skills to MSME actors about the importance of packaging and packaging design. This activity is carried out by providing counseling, training, and assistance to business partners regarding product packaging. The result of this activity is that all partners understand the importance of packaging as added value and branding for their products, and as many as 50% have succeeded in designing packaging independently. In the future, it will be better to have knowledge and skills related to digital marketing to reach consumers even further.

1. PENDAHULUAN

Indonesia saat ini masih didominasi oleh pelaku Usaha Mikro Kecil (UMK) dalam dunia usaha, dimana jumlah usaha ini mencapai lebih dari 26 juta usaha atau 98,68 persen dari total usaha nonpertanian di Indonesia (Badan Pusat Statistik, 2019), bahkan usaha ini mampu melewati krisis (Meryana, 2012). Menurut (Meryana, 2012) kekuatan UMK dalam melewati krisis di Indonesia terletak pada umumnya UMK menghasilkan barang konsumsi dan jasa yang dekat dengan kebutuhan masyarakat, tidak mengandalkan bahan baku impor dan menggunakan modal sendiri. Dengan keunggulan yang dimilikinya, UMKM dapat dijasikan solusi untuk mengatasi pengangguran dan pengentasan kemiskinan karena perannya dalam penyerapan tenaga kerja (Tambunan, 2011). Usaha ini juga dapat berperan dalam peningkatan pendapatan daerah melalui pemenuhan kebutuhan masyarakat atas suatu produk serta membuka lapangan pekerjaan (Irawan & Affan, 2020) dan pertumbuhan perekonomian nasional (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Selain keunggulan-keunggulan tersebut, UMKM juga dituntut untuk dapat bersaing pada era sekarang, terutama untuk menjawab tantangan perkembangan industri 4.0. Salah satu permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM adalah *branding*. UMKM yang biasanya banyak terdapat di pasar tradisional memiliki kesulitan dalam mengenalkan produknya kepada konsumen di dunia luar yang lebih luas untuk mampu bersaing di pasar modern. Mitra pada kegiatan pengabdian kepada

ISSN 2830-4497 (online)
*Corresponding author: Rizki Fadhillah Lubis, Politeknik ATI Padang,
Jl. Bungo Pasang Tabing, Kota Padang, 25171, Indonesia
Email: rizkylubis010@gmail.com

Journal of Industrial Empowerment. This work is distributed under
Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

masyarakat ini adalah para pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di kelurahan Bungo Pasang, Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Pelaku usaha ini bergerak dibidang minuman rempah instan. Sektor minuman rempah instan ini menjadi peluang usaha karena diminati untuk menjaga imun tubuh dalam menghadapi wabah Covid-19 dan meningkatnya pengetahuan serta kesadaran konsumen untuk hidup sehat (Senjawati et al., 2021). Kelompok usaha ini telah berhasil dalam meramu dan melakukan produksi minuman rempah instan berbahan baku jahe. Permasalahan yang dihadapi mitra saat ini adalah pengemasan. Hal ini terjadi karena mitra usaha belum mengetahui teknologi *packging* dan desain kemasan produk minuman rempah instan. Menurut (Apriyanti, 2018) salah satu strategi pemasaran yang dapat perusahaan lakukan adalah menciptakan kemasan produk yang terbaik dan menarik untuk membalut produk yang dihasilkannya. Menurut (Widiati, 2020) dengan adanya kemasan yang standar pada UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan pada konsumen.

Pengembangan desain kemasan produk minuman rempah instan merupakan bentuk dari upaya menyelesaikan permasalahan mitra tersebut. Pendampingan terhadap mitra dalam melakukan inovasi, pengembangan dan perancangan desain kemasan diharapkan dapat meningkatkan *value added*, *branding*, daya tarik dan daya saing pelaku UMKM untuk memasarkan produknya dalam menghadapi pasar modern (Arisandi & Fitriansyah, 2021; Badri et al., 2022; Najib et al., 2022; Rosalina et al., 2012).

2. METODE

Dalam upaya untuk mencapai tujuan dari kegiatan ini metode yang digunakan adalah Pelatihan dan Pendampingan Pengembangan Desain Kemasan kepada pelaku UMKM produk minuman rempah instan di Kelurahan Bungo Pasang, Kecamatan Koto Tangah Kota Padang. Langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra yaitu:

a. Melaksanakan observasi berupa analisis terhadap situasi dan permasalahan yang dihadapai mitra serta menentukan masalah utama yang dihadapi UMKM.
b. Membuat kesepakatan masalah paling utama yang dihadapi mitra dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh pelaku usaha.
c. Pemberian pendidikan dan pelatihan manajemen usaha secara modern dan berkesinambungan kepada Kelompok Mitra.
d. Pelatihan dan pendampingan dalam merancang kemasan atau *Packaging* produk minuman rempah instan sesuai dengan standar layak jual.
e. Memberikan peralatan termasuk set wadah kemasan yang dapat digunakan mitra dalam meningkatkan *value added* produknya

Metode Pendekatan Program kegiatan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh kedua mitra adalah sebagai berikut:

Persiapan

Tahapan ini adalah melakukan pendataan peserta pelatihan dari mitra yang tergabung dalam kelompok Usaha Mikro Kecil dan Menengah minuman rempah instan

Pelaksanaan

1) Pelatihan dalam merancang kemasan atau *Packaging* produk minuman rempah instan sesuai dengan standar layak jual.
2) Memberikan pendampingan terhadap mitra dalam merancang kemasan produk minuman rempah instan
3) Memberikan peralatan termasuk set wadah kemasan yang dapat digunakan mitra dalam meningkatkan *value added* produknya

Evaluasi

Keberhasilan pelaksanaan program kegiatan ini akan diindikasikan oleh beberapa indikator sebagai berikut:

a. Seluruh tahapan kegiatan penyiapan teknologi desain kemasan minuman rempah instan terlaksana.
b. Terlaksananya pelatihan dalam mendesain kemasan
c. Keberhasilan mitra dalam mendesain kemasan produk secara mandiri
d. kepuasan dan pemahaman dari mitra terhadap kegiatan ini

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertemakan "Teknologi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan *Value Added* Produk UMKM" di Kelurahan Bungo Pasang, Kec. Koto Tangah, Padang" telah dilaksanakan dengan menerapkan protokol kesehatan. Kegiatan ini dilaksanakan selama 3 minggu dengan rincian sebagai berikut:

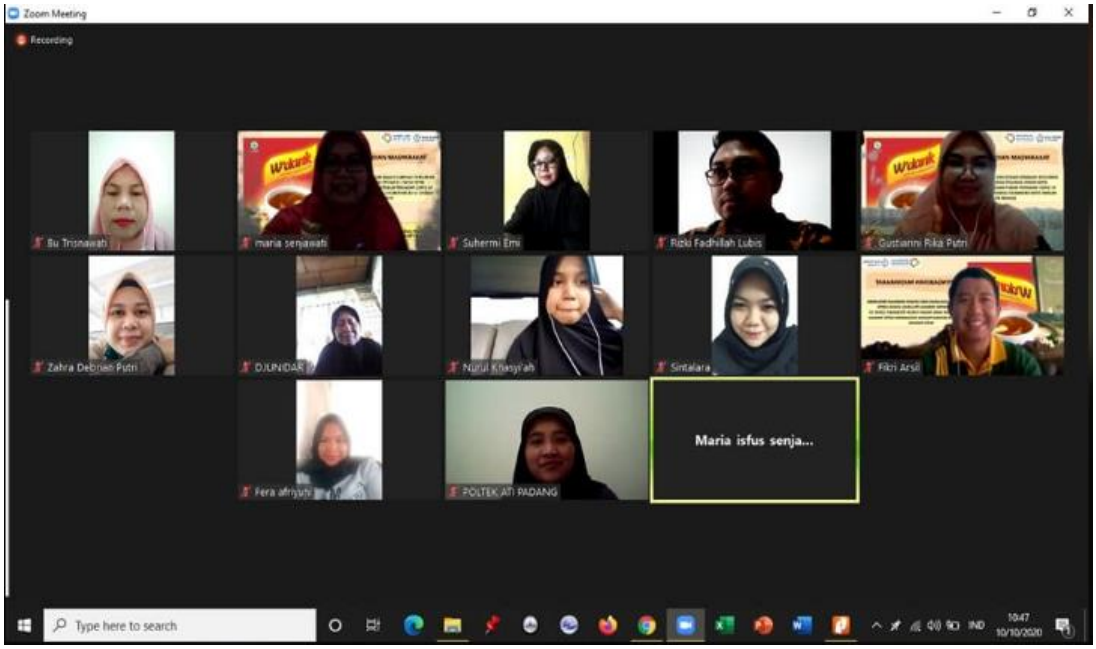
a. **Tahap pertama,** penyampaian materi teknologi pengolahan dan desain kemasan minuman rempah instan melalui aplikasi Zoom.
b. **Tahap kedua,** penyerahan bahan dan peralatan untuk praktek peserta. Peserta diberikan kesempatan praktek mandiri selama 1 minggu
c. **Tahap ketiga,** evaluasi hasil praktek peserta

Kegitan ini diikuti oleh 6 orang peserta dari masyarakat sebagai pelaku usaha produk minuman rempah instan. Peserta dilatih bagaimana cara pengemasan yang baik untuk produk minuman rempah instan. Pengemasan produk bisa dilakukan menggunakan plastik yang dilengkapi *ziplock* dan botol plastik. Cara membuat desain label kemasan juga disampaikan pada pelatihan ini. Materi disampaikan kepada peserta secara virtual oleh instruktur pada 10 Oktober 2020 karena masih dalam kondisi *lock down* karena Covid-19. Mitra juga diberikan modul pelatihan dan video teknologi pengolahan. Pemberian bahan dan peralatan kemasan bagi peserta juga telak dilaksanakan tepat seminggu setelah kegiatan pelatihan dan penyuluhan dilakukan. Luaran dan

dokumentasi kegiatan yang dihasilkan dari rencana kegiatan program Pengabdian Kepada Masyarakat dapat dilihat dibawah ini.

Tabel 1. Luaran Kegiatan

Kegiatan	Manfaat	Output
Pelatihan dalam merancang kemasan atau *packaging* produk minuman rempah instan sesuai dengan standar layak jual	✓ Pelaku usaha mendapatkan pengetahuan tentang desain kemasan atau *packaging* yang baik dan menarik konsumen ✓ Diharapkan menambah *value added* pada produk dengan adanya kemasan yang baik dan menarik.	✓ Diharapkan pelaku usaha dapat meningkatkan harga jual produk yang dihasilkan
Memberikan bahan dan peralatan kemasan untuk peserta	✓ Membantu pelaku usaha dalam memasarkan produk yang dihasilkan	✓ Produk dengan kemasan yang menarik
Evaluasi Kegiatan	✓ Memberi penilaian terhadap kegiatan yang telah dilakukan	✓ Mitra berhasil dalam mendesain kemasan secara mandiri



Gambar 1. Pemaparan Materi Tentang Kemasan

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan terhadap pelaku usaha minuman rempah instan yang sebelumnya telah dibekali dengan pengetahuan, keterampilan, bahan dan peralatan kemasan oleh tim. Evaluasi ini dilakukan untuk mengukur sejauh mana kegiatan ini berhasil dan bermanfaat bagi masyarakat dalam hal ini mitra. Kegiatan ini dilaksanakan tepat dua minggu setelah pelatihan dan penyuluhan dilaksanakan. Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan Program Kemitraan Masyarakat ini, peserta telah berhasil melakukan perancangan desain dan pengemasan produknya dengan baik. Peserta telah membuat desain kemasan dengan memberikan nama produknya masing-masing sesuai dengan

standar minimal seperti contoh yang diberikan instruktur. Berdasarkan hasil wawancara di lokasi, dari 6 peserta pelatihan yang mengikuti kegiatan ini, terdapat 3 peserta yang berhasil dalam melakukan perancangan desain kemasan dan melanjutkan sebagai usaha (50%). Berikut dokumentasi hasil rancangan desain label kemasan mitra.

Gambar 2. Desain Label Kemasan yang Dihasilkan Mitra

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dilaksanakan kepada mitra usaha minuman rempah instan di Kelurahan Bungo Pasang, Kecamatan Koto Tangah Kota Padang terlaksana dengan baik, menerapkan protokol kesehatan dan mendapatkan respon antusias dari mitra. Kegiatan ini menambah pengetahuan dan keterampilan mitra dalam hal pentingnya merancang desain kemasan sebagai *value added* dan *branding* produk. Sebanyak 50% peserta dapat merancang label kemasan produk dan siap untuk memasarkan produknya. Kemudian untuk keberlanjutan kegiatan ini, diperlukan pelatihan dan penyuluhan terkait dengan pemasaran digital untuk menjawab tantangan industri 4.0 serta menjangkau konsumen lebih jauh lagi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada Politeknik ATI Padang melalui Unit Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat yang telah mendanai kegiatan ini melalui Hibah Internal dengan skema Program Kemitraan Masyarakat Tahun Anggaran 2020.

DAFTAR PUSTAKA

Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, *10*(1), 20. https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223

Arisandi, D., & Fitriansyah, A. (2021). Pelatihan Desain dan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Omset UMKM di Kota Batam. *Indonesian Journal of Society Engagement*, *2*(2), 121–130. https://doi.org/10.33753/ijse.v2i2.36

Badan Pusat Statistik. (2019). *ANALISIS HASIL SE2016 LANJUTAN POTENSI PENINGKATAN*

KINERJA USAHA MIKRO KECIL. Badan Pusat Statistik.

Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 347–353. https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268

Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, *1*(2), 61–76. https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175

Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). Pendampingan Branding Dan Packaging Umkm Ikatan Pengusaha Aisyiyah Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, *1*(1), 32–36. https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188

Meryana, E. (2012). CIDES: Hadapi Kenaikan Harga BBM, UMKM Sudah Teruji. *Kompas.Com*. https://megapolitan.kompas.com/read/2012/03/28/11481062/cides.hadapi.kenaikan.harga.bbm.umkm

Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *6*(1), 56–64. https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397

Rosalina, Y., Alnopri, & Prasetyo. (2012). Disain kemasan untuk meningkatkan nilai tambah. *Agro Industri*, *2*(1), 8–13.

Senjawati, M. I., Maryam, M., & Afriyuni, F. (2021). Teknologi Pengolahan Minuman Rempah Instan Sebagai Peluang Usaha Serta Meningkatkan Daya Tahan Tubuh Terhadap Covid 19. *Journal of Approriate Technology for Community Services*, *2*(2), 103–110. https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art7

Tambunan, T. T. H. (2011). Development of micro, small and medium enterprises and their constraints: A story from Indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, *13*(1), 21–43. https://doi.org/10.22146/gamaijb.5492

Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, *8*(2), 67–76. https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670