

Pelatihan Desain dan Kemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Omset UMKM di Kota Batam

Debby Arisandi¹, Ahmad Fitriansyah^{2*}

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu,
Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Kecamatan Selebar Kota Bengkulu, 21352, Indonesia

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Swadharma Jakarta, Jl. Raya Pondok Cabe
No. 36, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15418, Indonesia

**hafaskom@gmail.com*

Kata Kunci:
UMKM;
pelatihan;
kemasan;

Abstrak Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 60.34% dan membantu penyerapan tenaga kerja sebesar 97.22%. Permasalahannya, masih banyak UMKM tidak sadar atau kurang memahami bahwa kemasan produk yang baik dan menarik akan mendatangkan nilai lebih pada produk yang ditawarkannya. Akibatnya sejumlah produk yang sebenarnya memiliki nilai jual tinggi/bermutu menjadi tidak laku dipasaran. Kegiatan ini bertujuan untuk dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan agar produk yang ditawarkan meningkat nilai tambahnya dan dapat membedakan kemasan berdasarkan fungsi, jenis dan bahannya. Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 18-19 Juli 2017 di Aula Gedung Gurindam kantor Dinas Pendidikan Kota Batam. Kegiatan dilaksanakan melalui kerjasama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam yang diikuti oleh 128 UMKM. Hasil kegiatan berupa kemasan baru bagi produk-produk peserta yang lebih menarik, informatif dan modern.

Keywords:
MSMEs;
Packaging;
community
service

Abstract The Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector contributed 60.34% to the gross domestic product (GDP) and assisted the absorption of labor by 97.22%. The problem is, there are still many MSMEs that are not aware or do not understand that good and attractive product packaging will bring added value to the products it offers. As a result, some products that actually have high selling value/quality do not sell in the market. This activity aims to increase the understanding of MSME players of the importance of packaging so that the products offered an increase in added value and can differentiate packaging based on function, type, and material. The implementation of community service activities was carried out on 18-19 July 2017 in the Gurindam Building Hall of the Batam City Education Office. The activity was carried out in collaboration with the Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam, which was attended by 128 MSMEs. The results of the activity were in the form of new packaging for participant products that were more attractive, informative, and modern.

PENDAHULUAN

Salah satu kekuatan yang selama ini menjadi penunjang ekonomi Indonesia dan daerah yaitu pelaku usaha, mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM merupakan suatu bentuk usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha yang biasanya bergerak dalam ruang lingkup kegiatan perdagangan yang memiliki ciri atau karakteristik berbeda-beda (Lestari & Amri, 2020).

Pada saat perekonomian dunia maupun Indonesia mengalami resesi, justru pelaku UMKM hanya sedikit yang terkena dampak negatif tersebut. Bahkan sebagian besar pelaku UMKM tetap dapat mengembangkan usahanya dalam menunjang perekonomian negara. Pelaku UMKM dapat mempertahankan dan meningkatkan kontribusi pertumbuhan ekonomi daerah serta peningkatan penerimaan pada sektor pajak negara. Selain ditunjang oleh industri skala besar, juga ditunjang secara signifikan oleh kelompok-kelompok industri skala kecil.

Sektor UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) meningkat dalam lima tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop/UKM) melihat kontribusi sektor UMKM mengalami peningkatan dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen. Selain itu sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri.

Penyerapan tenaga kerja pada sektor UMKM juga meningkat dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen selama lima tahun terakhir. Di Kota Batam, sektor UMKM terus meningkat setiap tahunnya. Pada tahun 2016 ada sebanyak 1.138 pelaku usaha yang tersebar di 12 kecamatan di Kota Batam (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Jumlah ini meningkat menjadi 81.486 UMKM pada tahun 2019 (Batampos, 2019).

Salah satu kelemahan produk UMKM yakni kemasan produk yang sederhana dan kurang menarik. Akibatnya mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat terhadap

produk yang ditawarkan oleh UMKM. Penelitian (Indrawijaya, 2012; Resmi & Wismiarsi, 2015) menunjukkan bahwa kemasan menjadi faktor yang menentukan keputusan pembelian oleh konsumen. Kemasan merupakan wadah akhir untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk (Rahardjo, 2019). Sedangkan desain kemasan adalah bisnis kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar dapat dipasarkan (Klimchuk & Krasovec, 2007).

Kemasan suatu produk dapat memberikan pengaruh yang penting dalam mempertahankan atau meningkatkan penjualan (Rahardjo, 2019). Pemilihan bahan kemasan yang tepat akan dapat meningkatkan kualitas produk dan memperpanjang masa kadaluarsa produk pangan (Subagyo et al., 2021). Umumnya pelaku UMKM tidak sadar atau kurang memahami bahwa kemasan yang baik dan menarik akan mendatangkan nilai lebih pada produk yang dijual.

Saat ini produk-produk olahan yang dihasilkan pelaku usaha kecil menengah masih banyak yang belum memperhatikan kemasan produknya. Akibatnya sejumlah produk yang sebenarnya memiliki nilai jual tinggi/bermutu menjadi tidak laku di pasaran. Kendala lainnya yaitu pelaku UMKM tidak mengetahui harus ke mana jika ingin membuat kemasan yang menarik dan menjual, dan tidak adanya unit usaha yang melayani pembelian kemasan dalam partai kecil. Selain itu sangat sulit meyakinkan UMKM bahwa kemasan yang baik dan kreatif bisa meningkatkan keuntungan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya kemasan. Dengan demikian produk yang ditawarkan akan meningkat nilai tambah produknya dan dapat diterapkan langsung oleh pelaku UMKM.

Kemudian peserta pelatihan dapat mengetahui cara membedakan kemasan berdasarkan fungsi, jenis, dan bahannya. Peserta mengetahui standar kemasan yang sesuai dengan produk mereka dan bisa mengangkat/menambah nilai jual produk mereka. Pelaku UMKM yang mengikuti pelatihan akan dapat membuat kemasan produk yang lebih menarik dari sisi desain, informasi dan kemasannya. Dengan demikian diharapkan volume penjualan produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM akan dapat meningkat.

METODE

Kegiatan ini dilakukan dengan mengadopsi metode yang dilakukan oleh (Gultom, 2020), dengan menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Pelatihan ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan pelaku UMKM di Kota Batam untuk mendesain kemasan produk UMKM yang dihasilkannya.

Adapun materi pelatihan dirancang agar relevan dengan tujuan yang diusung. Rangkaian materi tersebut terdiri atas materi analisa pasar, rencana pemasaran, perilaku konsumen, pengenalan teknologi kemasan, informasi pada kemasan, konsep desain serta informasi beberapa pemasok yang dapat membantu penyediaan kemasan dan desain kemasan.

Materi-materi tersebut dibawakan oleh dua narasumber yang kompeten di bidangnya. Pada pelatihan ini, masing-masing peserta membawa kemasan produk yang digunakan saat ini untuk dievaluasi dari sisi bahan, informasi, dan kemasannya agar dapat dilakukan peningkatan kualitas kemasannya.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada 18-19 Juli 2017, pukul 08.00-17.00 WIB di Aula Gedung Gurindam, Dinas Pendidikan Kota Batam. Kegiatan dilaksanakan atas kerja sama dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam. Peserta kegiatan merupakan pelaku UMKM yang terdaftar di bawah binaan Dinas

Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam yang diundang oleh Dinas sebanyak 128 orang pelaku usaha.

HASIL dan PEMBAHASAN

Kegiatan diawali dengan pertemuan koordinasi antara tim pelaksana kegiatan dengan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro (KUM) Kota Batam pada tanggal 2 Juni 2017. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan *stakeholder* dalam hal ini Dinas KUM Kota Batam terkait dengan pelatihan yang akan dilaksanakan.

Pelatihan awalnya akan dilaksanakan di Ruang Aula Engku Hamidah Lantai IV Kantor Walikota Batam. Namun dikarenakan ruangan tersebut digunakan untuk acara lain maka pelaksanaan kegiatan dipindahkan ke Aula Gedung Gurindam Kantor Dinas Pendidikan Kota Batam yang berada di Kecamatan Sekupang. Kegiatan dihadiri oleh pelaku UMKM yang terdaftar di bawah binaan Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam sebanyak 128 orang yang sebagian besar pelaku usaha di bidang industri makanan ringan (*snack*) dan kerajinan tangan (*souvenir*).

Pada hari pertama, kegiatan dibagi menjadi tiga sesi yaitu sesi pertama pukul 10.00-12.00 WIB, sesi kedua pukul 13.00-15.00 WIB dan sesi ketiga pukul 15.30-17.00 WIB. Pada sesi pertama, peserta pelatihan diberikan pemaparan materi Analisis Pasar dan Tren Kemasan yang disampaikan oleh Debby Arisandi, MBA. Pada pemaparan ini disampaikan bagaimana UMKM melakukan analisis pasar untuk produknya, menyusun rencana pemasaran, mengenal perilaku konsumen, dan bagaimana konsumen mengevaluasi produk sehingga pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen.

Selain itu pada sesi ini juga dipaparkan penggunaan sosial media dalam mendukung pemasaran, hasil penelitian (Arisandi & Pradana, 2019). Hasilnya menunjukkan bahwa media sosial (Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter) berpengaruh secara signifikan

terhadap *brand awareness*. Begitu pula sangat penting dalam meningkatkan kesadaran merek dan penggunaan media sosial terbukti berpengaruh signifikan terhadap pemasaran.

Pada sesi kedua dipaparkan materi mengenai Tren Kemasan yang masih diberikan oleh Debby Arisandi. Pada sesi ini peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya kemasan bagi UMKM, contoh-contoh perkembangan kemasan dari perusahaan-perusahaan besar seperti Aqua dan Teh Botol Sosro serta pentingnya inovasi dan peremajaan produk. Sedangkan pada sesi ketiga, peserta diberikan waktu untuk menunjukkan kemasan produk yang dibawanya untuk kemudian dievaluasi kelebihan dan kekurangannya oleh tim pelaksana kegiatan.



Gambar 1. Pemaparan materi oleh Debby Arisandi

Pada hari kedua, diadakan pelatihan bagi peserta mengenai pengenalan teknologi kemasan berupa bahan dan alat. Informasi yang wajib dicantumkan pada kemasan seperti PIRT, sertifikasi halal, dan tanggal kadaluarsa produk. Materi terakhir mengenai konsep desain mulai dari bagaimana memilih gambar atau membuat logo sendiri, pengenalan warna CYMK, resolusi gambar serta beberapa pemasok yang dapat membantu penyediaan kemasan dan desain kemasan.



Gambar 2. Suasana peserta pelatihan

Pada hari terakhir ini sekaligus ditampilkan beberapa hasil kemasan produk yang dihasilkan melalui pelatihan ini.



Gambar 3. Contoh kemasan makanan ringan



Gambar 4. Contoh kemasan kerajinan tangan

Kegiatan ini telah menghasilkan beberapa contoh kemasan produk UMKM yang lebih menarik. Tim pengabdian berharap dengan kemasan yang menarik akan memberikan dampak pada kenaikan omset para pelaku UMKM di Kota Batam. Dengan demikian pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan pelaku UMKM di Kota Batam.

SIMPULAN

Faktor kemasan produk mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen, terhadap produk yang sama. Sehingga konsumen akan lebih memilih produk yang punya tampilan lebih menarik dan informatif. Hal ini masih belum disadari oleh pelaku UMKM. Kemasan yang ada saat ini tidak lebih dari kesan sebagai pembungkus produk saja dan belum dikemas supaya lebih menarik.

Melalui pelatihan ini pelaku UMKM di Kota Batam disadarkan akan pentingnya peran kemasan dalam meningkatkan volume penjualan produk. Selain itu bagaimana mereka bisa memilih bahan, model, dan teknologi kemasan yang paling tepat untuk produk mereka. Harapannya produk-produk UMKM ini layak untuk bisa dipasarkan di supermarket atau minimarket modern.

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilanjutkan dengan melakukan penelitian mengenai pengaruh kemasan yang sudah diperbaiki. Selanjutnya apakah ada peningkatan volume penjualan UMKM yang mengikuti pelatihan ini. Hal ini sebagai bukti bahwa desain kemasan memang memiliki pengaruh yang positif terhadap volume penjualan.

PENGHARGAAN

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kota Batam Sulaeman Nababan, beserta seluruh jajaran stafnya yang telah membantu terlaksananya kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arisandi, D., & Pradana, M. N. R. (2019). Pengaruh Penggunaan Social Media Terhadap Brand Awareness Pada Objek Wisata Di Kota Batam. *JMD: Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen Dewantara*, 2(1), 109–116.
- Batampos. (2019). Ada 81.486 Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kota Batam. *Batampos.Co.Id*. <https://batampos.co.id/2019/06/24/ada-81-486-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-di-kota-batam/>.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62–76. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/article/viewFile/175/128>.
- Gultom, A. W. (2020). Pelatihan Kewirausahaan: Pembuatan Rencana Bisnis Bagi Umkm Di Kabupaten Oku. *Jurnal Karya Abdi*, 4(3), 598–606. <https://online-journal.unja.ac.id/JKAM/article/view/11581/10427>.

- Indrawijaya, S. (2012). Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan dalam Pembelian Produk Industri Kecil Makanan Ringan Pada Supermarket di Kota Jambi. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 1(1), 33–38.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*. Erlangga.
- Lestari, K. C., & Amri, A. M. (2020). *Sistem Informasi Akuntansi: Beserta Contoh Penerapan Aplikasi SIA Sederhana dalam UMKM*. Deepublish.
- Rahardjo, S. T. (2019). *Desain Grafis Kemasan UMKM*. Deepublish.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1–20. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v13i1.3335>.
- Subagyo, N. J. F., Handoko, Y. A., & Yulianingsih, W. (2021). Pengaruh Jenis Kemasan Terhadap Masa Simpan Bawang Daun. *Jurnal Sains Dan Teknologi Pangan*, 6(3), 4001–4010.