



PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI INOVASI KEMASAN DAN LABEL PADA UMKM

Rahma Yuliani¹, Widyakanti²

¹)Administrasi Publik, FISIP Universitas
Lambung Mangkurat

²)Administrasi Publik, FISIP Universitas
Lambung Mangkurat

Email : yulianirahma77@gmail.com

Abstraksi

Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) begitu pesat. Untuk mendorong pertumbuhan UMKM di kota Banjarmasin Kalimantan Selatan, Pemerintah Kota telah memberikan bantuan dan pelatihan agar UMKM dapat menembus pasar modern. Usaha mikro kecil menengah diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha kecil menengah pada pengabdian ini adalah beberapa usaha mikro pada Kelurahan Kelayan kota Banjarmasin. Tujuan pengabdian masyarakat adalah untuk meningkatkan penjualan pada UMKM sehingga produk ini dapat dijual di pasar modern. Permasalahan mitra dalam kegiatan ini adalah proses produksi masih menggunakan alat-alat yang sangat tradisional, kemasan produk yang sangat sederhana, label yang kurang menarik dan belum adanya P-irt sehingga produk ini hanya sampai pada pasar tradisional. Hasil dari kegiatan ini adalah proses produksi yang lebih cepat dengan menggunakan mesin pemotong keripik tempe, kemasan menggunakan standing pouch, desain label menarik, adanya sertifikat keamanan pangan yang diterbitkan dinas kesehatan Pemerintah kota Banjarmasin maka pangsa pasar UMKM meningkat pada pasar modern.

Kata kunci: UMKM, kemasan, label, keamanan

Abstract

The development of Micro, Small and Medium Businesses (UMKM) is so rapid. To encourage the growth of UMKM in the city of Banjarmasin in South Kalimantan, the City Government has provided assistance and training so that UMKM can penetrate the modern market. Micro, small and medium businesses are expected to improve people's welfare. Micro, small and medium businesses in this service are a number of micro businesses in Kelurahan Kelurahan, Banjarmasin. The aim of this community service is to increase the sale UMKM so that these products can be sold in modern markets. The problem of partners in this activity is that the production process still uses very traditional tools, very simple product packaging, unattractive labels and the absence of P-irt so that this product only reaches traditional markets. The result of this activity is a faster production process using a tempe chip cutting machine, packaging using a standing pouch, attractive label design, the presence of a food safety certificate issued by the Banjarmasin city government health service, so the market share of sago tempe chips has increased in modern markets.

Keywords: UMKM, packaging, label, security

PENDAHULUAN

Hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan dan dalam sebuah usaha inovasi (Arifudin, 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah sektor ekonomi nasional yang paling strategis dan menyangkut hajat hidup orang banyak sehingga menjadi tulang punggung perekonomian Nasional. Usaha mikro kecil menengah (UMKM) telah mempunyai peranan yang sangat penting pada pertumbuhan ekonomi di Kalimantan Selatan. Peranan UMKM memberikan nilai positif bagi peningkatan pendapatan masyarakat. Pendapatan masyarakat meningkat sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat. Peningkatan daya beli masyarakat diharapkan mampu menggerakkan roda perekonomian di Kalimantan Selatan khususnya kota Banjarmasin. Pemerintah kota Banjarmasin telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan jumlah UMKM di kota Banjarmasin. Antara lain bekerja sama dengan program CSR untuk memberikan bantuan berupa alat dan pelatihan kewirausahaan. UMKM selain dapat meningkatkan pendapatan masyarakat juga dapat menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi pengangguran.

Pemerintah telah membuat pelatihan agar UMKM dapat berkembang sehingga UMKM yang ada dapat *sustainable* (keberlanjutan). Pelatihan yang dilakukan pemerintah mulai dari pelatihan pembuatan sebuah produk, pelatihan membuat kemasan yang bagus dan pelatihan pemasaran. Tidak semua UMKM dapat mengikuti pelatihan yang diselenggarakan pemerintah kota Banjarmasin, beberapa UMKM mempunyai kendala untuk mengikuti pelatihan tersebut. Kendala UMKM adalah tidak mempunyai transportasi dan waktu. Pada kenyataannya masih banyak usaha mikro yang belum mendapat pelatihan dari pemerintah sehingga mereka masih berada pola tradisional. Akibat kurang pengetahuan dan kurangnya modal maka mereka masih bertahan pada pola lama dan sangat tradisional.

Sari dkk. (2018) menyatakan bahwa protipe teknologi alat pengemas dodol khas betawi telah dicapai dan implementasi selanjutnya dapat meningkatkan omzet produksi harian. Dalam hal ini teknologi sangat diperlukan pada proses pembuatan sebuah produk untuk penghematan waktu dan tenaga. Astapa dkk. (2019) melakukan pelatihan pembuatan desain dan labeling kemasan produk rempeyek. Rempeyek yang di kemas menarik sehingga konsumen lebih tertarik. Labelling di buat sederhana, selanjutnya labelling dicetak pada plastik kemasan yang berbagai ukuran sesuai kebutuhan. Pada kemasan Hal ini menunjukkan

bahwa kemasan dan labeling merupakan dalam hal penting pada sebuah produk. Sulistyandari dkk. (2017) melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat label merek dan kemasan dengan menggunakan sealer untuk mengemas produk agar usaha lebih berkembang. Menurut Mukhtar dan Nurif (2015) seorang *technopreneurship* harus memperhatikan daya tarik produk serta aneka macam kemasan dan packagingnya yang dapat menarik minat masyarakat.

Tujuan dan target yang ingin dicapai dalam PKM ini adalah melakukan pendampingan dan pendidikan pada industri rumah tangga UMKM di Kelurahan Kelayan. Agar dapat berkembang dan berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan labeling (Puryantoro, 2017). Suhardi (2019) melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk dan pelatihan pembuatan desain yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek.

Target sasaran dari peningkatan penjualan produk makanan kering seperti pengrajin keripik tempe sagu, akar pinang, rengginang, rempeyek dan keripik sop yang selama ini masih menggunakan kemasan yang sederhana, mempunyai citarasa yg kurang bervariasi dan proses pembuatan keripik tempe sagu yang masih tradisional sehingga produk tersebut belum mengalami peningkatan pendapatan. Selain itu, pemasaran produk yang dihasilkan juga terbatas. Produk tidak bisa dijual di tempat yang ramai pembeli dikarenakan desain kemasan yang masih sederhana dan belum ada P-IRT untuk produk yang dihasilkan. Nilai tambah pada sebuah produk dilakukan dengan berbagai macam misalnya adanya perbaikan kualitas produk, membuat kemasan yang menarik dan membuat cita rasa yang bervariasi. Oleh karena itu, pengabdian ini penting untuk dilaksanakan guna membantu pelaku industri melakukan terobosan baru terhadap produk nya agar pendapatan yang dihasilkan menjadi lebih meningkat.

Perkembangan UMKM selalu memberikan peningkatan yang positif pada perekonomian rakyat. Perekonomian rakyat perlu ditingkatkan dengan jalan meningkatkan dan memberikan perhatian UMKM yang ada pada industri rumah tangga. Pertumbuhan perekonomian rakyat bergantung kepada keberhasilan UMKM yang ada pada masyarakat. Perkembangan UMKM bergantung pada pemerintah dan akademisi dalam memberikan pelatihan dan bantuan pada UMKM. Pendampingan sangat diperlukan pada UMKM karena kurangnya pengetahuan, ketrampilan dan inovasi pada UMKM. Hal inilah yang mengakibatkan UMKM sangat bergantung

pada pengetahuan dengan memberikan pelatihan manajemen dan pemasaran yang diberikan dari Pemerintah dan Akademisi.

Tjiptono (2011:2) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, dan mendistribusikan produk, jasa dan gagasan yang mampu memuaskan keinginan pasar sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasional., manajemen pemasaran diartikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang umum menurut Kotler dan Keller (2011:6) dalam buku Manajemen Pemasaran edisi 13 . definisi menurut kedua para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dalam melakukan aktivitas perencanaan, penetapan harga, dan pendistribusian produk kepada pasar sasaran untuk mencapai kepuasan pelanggan yang merupakan tujuan dari organisasi. Pemasaran sangat berperan penting terhadap kelangsungan bisnis, seperti menentukan target pasar yang tepat, menentukan harga produk yang sesuai dan dapat dijangkau oleh target pasar, hingga menentukan cara mengemas produk atau jasa agar lebih mudah diterima oleh masyarakat.

Produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk dapat pula didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijabarkan oleh produsen melalui hasil produksinya. Secara lebih rinci, konsep produk total meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan. Konsep produk total yang dilakukan adalah dengan memperbaiki :

1. Barang : produk yang akan di produksi UMKM
2. Kemasan : kemasan yang di gunakan UMKM
3. Merk : merk dagang yang akan di gunakan oleh produk UMKM yang akan di hak patenkan
4. Label : label sebagai tanda yang ada pada produk dengan tujuan produk di kenal di masyarakat.
5. Pelayanan : pelayanan menyangkut pelayanan terhadap konsumen
6. Jaminan : produk yang di hasilkan UMKM di harapkan aman di konsumsi oleh masyarakat

PEMBAHASAN

Produk usaha mikro pada industri rumah tangga diharapkan dapat berkembang dan berkelanjutan untuk itulah kami melakukan beberapa tahapan dalam memperbaiki produk makanan kering khususnya produk makanan kering dalam rangka menciptakan penjualan sebuah produk agar produk tersebut dapat menjangkau pasar modern. Tahapan pada pengabdian masyarakat adalah :

1. Pemotongan keripik tempe sagu

Dari hasil analisis Produk keripik tempe sagu "Ridho" pada proses produksi Kelurahan Kelayan kota Banjarmasin Kalimantan Selatan. Proses produksi yang memakan waktu terlalu lama adalah pada saat proses pemotongan keripik tempe sagu karena masih menggunakan pisau. Alat pemotong pisau pada keripik tempe sagu mengakibatkan ketebalan keripik juga tidak rata ada yang tipis dan tebal sehingga hasil akhir produk tidak bagus. Ketebalan yang tidak rata pada keripik tempe sagu mengakibatkan kurangnya kualitas keripik tempe sagu.



Gambar 1 : pisau sebagai alat untuk pemotong keripik tempe sagu

Tujuan mesin pemotong keripik tempe sagu adalah mempercepat proses produksi dan kualitas keripik tempe sagu tetap terjaga ketebalannya. Oleh karena itu kami memberikan bantuan mesin alat pemotong keripik tempe sagu yang kami pesan secara khusus.



Gambar 2: Mesin pemotong keripik tempe sagu

2. Kemasan

Kemasan merupakan hal terpenting dalam sebuah poduk. Bagian luar yang membungkus produk di sebut dengan kemasan. Produk yang di kemas secara sederhana akan mengakibatkan produk tersebut akan tertinggal dan bertahan di pasar tradisional. Produk yang di kemas secara menarik dan inovatif akan mempunyai mempunyai nilai tambah sebuah produk. Kemasan mempunyai arti penting pada sebuah produk makanan , karena akan meningkatkan nilai tambah pada sebuah produk. Hasil di lapangan produk makanan kering masih menggunakan kemasan yang sangat tradisional, sebelum di adakan pelatihan kemasan :



Gambar 3 : kemasan keripik tempe sagu "Ridho"



Gambar 4 : kemasan keripik tempe sop "mama ghalin"

Pengabdian yang dilakukan dengan memberikan bantuan standing pouch dengan ukuran yang berbeda sehingga produk kelihatan menarik :



Gambar 5 : kemasan standing pouch keripik tempe "Ridho"



Gambar 6 : kemasan standing pouch keripik sop "mama ghalin"

Dengan kemasan standing pouch produk di atas dapat memasuki pasar modern sehingga produk tersebut mengalami peningkatan produksi karena pangsa pasar tidak hanya pasar tradisional.

3. Merek

Pembuatan merk pada produk UMKM sering kali di anggap hal yang sepele atau tidak penting. Kenyataannya merk sebuah produk merupakan hal terpenting. Karena konsumen akan membeli produk lebih sering mengenal merk nya. Pertama produk di perkenalkan di pasar yang di ingat konsumen adalah merk produk tersebut. Tetapi pada produk UMKM meskipun sudah diberikan pengertian bahwa merk mempunyai arti penting tetap saja UMKM memberikan merk dengan seadanya.

4. Label

Label sebuah produk makanan merupakan hal yang penting agar produk tersebut di kenal di masyarakat. Hal – hal yang selalu ada sebuah label adalah :

Merk produk untuk membedakan produk yang satu dengan yang lain

- Berat bersih produk
- Halal MUI atau No P-irt hal ini terkait jaminan keamanan produk makanan
- Masa kadaluarsa
- Komposisi pada produk
- Kapan produk di buat

Dalam pelaksanaan pengabdian kami memberikan pengetahuan tata cara pembuatan label dan mendesain ukuran label di sesuaikan dengan ukuran kemasan. Agar label terlihat menarik, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar. Ada lima produk makanan kering yang di berikan bantuan terkait label produk nya. Label di desain sesuai dengan nama produk makanan tersebut adalah:

1) Label keripik tempe sagu "Ridho"



2) Label Rengginang "Akbar"



3) Label Rempeyek "DHEA"



4) Akar pinang "MULAN'S KITCHEN"



5) Keripik sop "Mama Ghalin"

Desain label pada produk di harapkan dapat menjadi ciri kas produk tersebut dan ukuran label di sesuaikan dengan kemasan pada produk tersebut. Untuk kemasan yang kecil ukuran label juga kecil mengikuti kemasan tersebut.

5. Jaminan

Undang – Undang Republik Indonesia No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen. Konsumen berhak mendapatkan jaminan bahwa produk makanan yang di belinya aman bagi kesehatan dan tidak menimbulkan dampak penyakit bagi jangka panjang maupun jangka pendek. Jaminan keamanan sebuah produk makanan sangat penting berupa sertifikasi produk pangan - Industri rumah tangga merupakan jaminan tertulis dari Dinas kesehatan terhadap pangan hasil industri rumah tangga yang telah memenuhi pesyaratan dan standar keamanan tertentu dalam rangka produksi sebuah produk makanan dan peredarannya yang di berikan oleh Bupati atau walikota.

KESIMPULAN

1. Keterbatasan pengetahuan tentang peningkatan kualitas produk, mengakibatkan produk yang di hasilkan UMKM kalah bersaing di pasar modern
2. Kemasan yang di lakukan UMKM masih menggunakan cara tradisional sehingga UMKM hanya mempunyai satu pangsa pasar yaitu pasar tradisional
3. Beberapa UMKM belum mempunyai merk dan label yang menarik untuk itulah diperlukan sebuah pemahaman bahwa konsumen akan mengenal produk UMKM melalui merk dan label
4. Sertifikat P – irt di perlukan agar produk terjamin kualitasnya.

SARAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) perlu mendapatkan pelatihan terkait kualitas produk dengan kreativitas dan inovasi sehingga terjadi keberlanjutan produk. Pendampingan secara intensif dalam hal pemasaran dan pengelolaan

keuangan. Sebagian besar UMKM masih minim pengetahuan sehingga di perlukan pendampingan. Data base UMKM yang ada pada pemerintah kota Banjarmasin hendaknya di jadikan data sebagai analisis strategi pengembangan UMKM di kota Banjarmasin. Analisis strategi akan digunakan sebagai acuan peningkatan kualitas produk UMKM untuk dapat menembus pasar nasional dan internasional.

Usaha mikro keripik tempe "Ridho" telah mendapatkan sertifikat penyuluhan keamanan pangan Nomor : 085/6371/2019 oleh Dinas kesehatan kota Banjarmasin. Pelatihan tersebut di laksanakan tanggal 26-29 Oktober 2019. Tujuan pelatihan dalam rangka pemberian Serifikasi Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (SPP-IRT) berdasarkan Peraturan Badan pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 22 tahun 2018. Setelah mengikuti pelatihan keripik tempe sagu "Ridho" berhak mendapatkan P-Irt No : 2156371010085-24 yang di terbitkan oleh Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu satu Pintu Pemerintah Kota banjarmasin.

PUSTAKA

- Arifudin, Opan. "PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong di Subang Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian*, Vol 4, No. 1 (2020)
- Fandy, Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Harsiti, Yani Sugiyani, Tb. Ai Munandar, Erma Perwitasari. "Pemberdayaan Masyarakat Desa Melalui Pelatihan Packaging Produk Makanan Tradisional yang Berdaya Jual Guna Meningkatkan Perekonomian Wilayah". *Semadha*, Vol 1, edisi 01 (2018)
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2011. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Mukhtar, Syukrianti dan Muchammad Nurif. "Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen". *Jurnal Sosial Humoniora*, Vol 8, No. 2 (2015)
- Peraturan Badan pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia No. 22 tahun 2018.
- Puryantoro. "PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan Pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo". *Jurnal Warta Pengabdian*, Vol 12 (2017)
- Suhardi, Dadang. "Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di

- Desa Cibeureum Kabupaten Kuningan". *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol 2, No. 2 (2019)
- Sulistiyandari, Ekaningtyas Widiastuti, dan Suci Indriati. "Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak "Mirasa" Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes". *Jurnal Adimas*. (2017)
- Suniantara, I Ketut Putu, I Gede Eka Wiantara Putra, dan I Gede Agus Astapa. "Application of Technology Appropriate on Kripik Rempeyek House Industries in Peraan Village". *Jurnal Sinegritas PKM & CSR*. Vol 3, No. 2 (2019)
- Sari, Agustina Dessy, Azafilmi Hakiim, dkk. "PKM Kelompok Usaha Dodol Kabupaten Bekasi Jawa Barat ". *Jurnal Adimas*, Vol 5, No. 1 (2018)
- Undang – Undang Republik Indonesia NO. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen.