

**PENGEMBANGAN STRATEGI CLUSTER DAN LITERASI DESAIN PACKAGING BAGI PELAKU
UMKM DI KABUPATEN KARANGANYAR**

Dr. Ety Indriani, MM., M.Si, Dr. Agus Utomo, MM, Cahyani Tunggal Sari, SE., MM

STIE-AUB Surakarta

Jalan MR. Sartono No.97, Nusukan, Banjarsari, Surakarta, Jawa Tengah 57135, Indonesia

Phone: +62 271 854904

Abstrak

Indonesia saat ini tengah berada di era MEA dan UMKM diharapkan mampu mengikuti perkembangan ini dengan meningkatkan kinerja pemasaran melalui berbagai inovasi produk. Inovasi produk tersebut dapat berupa inovasi dalam bentuk kemasan dan juga proses pengolahannya. Sehingga produk dari UMKM tidak hanya menembus pasar domestik tetapi juga mancanegara. Pentingnya inovasi produk, terutama kemasan bagi pelaku UMKM khususnya pelaku usaha di Kabupaten Karanganyar ini, mendorong untuk dilakukannya pengabdian ini. Kegiatan pengabdian ini diharapkan mampu mengungkapkan peran kemasan produk dalam pemasaran produk UMKM dalam pasar domestik maupun mancanegara. Kegiatan Pelatihan diperuntukkan bagi seluruh sumber daya manusia terutama yang memiliki usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Karanganyar khususnya yang tergabung dalam klaster Mbangun Makutoromo. Pengusul mengajukan tema pelatihan pengembangan literasi design pada produk UMKM dan manfaatnya bagi pemasaran, sejalan dengan program studi yang menaungi pengusul yaitu program studi manajemen.

Kata Kunci: strategi, cluster, desain kemasan, UMKM

Abstract

Indonesia is currently in the era of MEA and MSMEs are expected to be able to keep up with this development by improving marketing performance through various product innovations. The product innovation can be in the form of innovations in the form of packaging and also the processing process. So that products from MSMEs not only penetrate the domestic market but also overseas. The importance of product innovation, especially packaging for MSME players, especially business people in Karanganyar Regency, encourages this service. This service activity is expected to be able to reveal the role of product packaging in marketing MSME products in domestic and foreign markets. The training activity is intended for all human resources, especially those who have micro, small and medium enterprises in Karanganyar District, especially those who are members of the Mbangun Makutoromo cluster. The proposer submits the theme of training in the development of design literacy in MSME products and its benefits for marketing, in line with the study program that hosts proposers, namely management study programs.

Keywords: strategic, cluster, packaging design, MSME

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagai penyangga ekonomi. Ini dikarenakan tiga alasan utama; Pertama, kinerja UKM cenderung lebih baik menghasilkan tenaga kerja yang produktif; Kedua, sering meningkatkan produktivitasnya melalui investasi dan aktif mengikuti perubahan teknologi; Ketiga, diyakini memiliki keunggulan fleksibilitas dibandingkan usaha besar (Berry dkk, 2001). Peran pemerintah dibutuhkan agar memiliki daya saing yang tinggi

dalam capacity building dan membentuk Clustering dengan melakukan dua hal yaitu pertama, kerjasama antarUKM di dalam klaster harus kuat dalam produksi, pengadaan bahan baku, pemasaran, inovasi, dan lainnya, serta klaster harus memiliki jaringan kerja sama yang kuat dengan semua stakeholders (Tambunan, 2008).

Strategi pengembangan UMKM berbasis klaster yang memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) mampu meningkatkan efisiensi dan kinerja (Sunaryanto, 2010). Hadirnya TI mengubah cara

dalam bisnis dengan memberikan peluang dan tantangan baru bagi pengembangan UMKM (Saleh, 2016). Sementara itu hingga saat ini belum ada kajian dan sekaligus penerapan yang membahas tentang klasterisasi UMKM dan potensi wilayah berbasis peta web sebagai dasar informasi strategis dalam kebijakan ekonomi daerah. Untuk itu dalam penelitian ini melakukan identifikasi dan analisis persyaratan dalam rangka pengembangan ekonomi daerah serta mengetahui dan memberikan informasi keberadaan UMKM sesuai dengan potensi wilayah yang ada. Studi kasus yang diteliti adalah UMKM yang berizin di Kabupaten Karanganyar. Guna memberikan informasi yang tepat, mudah dan berguna dalam pengambilan kebijakan, selanjutnya dilakukan desain dan implementasi pengembangan informasi berbasis peta.

Klaster adalah konsentrasi geografi antara perusahaan yang saling terkait dan bekerjasama, yang diantaranya melibatkan pemasok barang, penyedia jasa, industri yang terkait, serta jumlah lembaga yang secara khusus berfungsi sebagai penunjang dan atau pelengkap (Sunaryanto, 2010). Definisi klaster menurut Bappenas adalah kelompok usaha atau industri yang saling terkait. Klaster memiliki dua elemen kunci yaitu : pertama, perubahannya harus saling berhubungan dan, kedua, berlokasi di suatu tempat yang saling berdekatan (Bappenas, 2006). Konsep klaster ini berkembang serupa dengan konsep One Village One Product (OVOP) atau satu desa satu produk adalah pendekatan pengembangan potensi daerah di satu wilayah untuk menghasilkan satu produk kelas global yang unik khas daerah dengan memanfaatkan sumberdaya lokal. Pendekatan OVOP dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas produk UMKM dan mengurangi kemiskinan (Badrudin, 2012)

Kemasan merupakan proses melindungi produk dalam rangka mendukung distribusi, penyimpanan, penjualan. Penentuan kemasan sebuah produk melalui proses merancang, mengevaluasi, dan memproduksi kemasan tersebut. Materi yang terdapat dalam sebuah kemasan sangat mendukung bagaimana produk tersebut dapat sampai pada konsumen dengan baik. Pelaku UMKM lebih banyak tergolong pada industri rumah tangga dengan proses pengemasan yang sederhana dan sulit untuk dapat menjangkau pasar nasional maupun mancanegara. Kabupaten

Karanganyar saat ini sudah menjadi tujuan wisata baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Berbagai agenda budaya dan wisata alam menjadi daya tarik Kabupaten Karanganyar bagi para wisatawan. Hal ini juga menjadi media peningkatan ekonomi masyarakat Kabupaten Karanganyar terutama untuk produk oleh-oleh.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Kemasan

Pengertian Kemasan, merupakan pembungkus produk dengan desain kreatif yang bertujuan untuk menyampaikan deskripsi informasi. Kemasan memiliki tujuan utama sebagai pelindung agar fisik produk tetap utuh. Menggunakan kemasan juga dapat memperpanjang waktu pemakaian produk. Kemasan membuat produk tetap terjaga kualitasnya. Tidak hanya bermanfaat untuk konsumen, kemasan bagi produsen juga sangat menguntungkan. Kemasan memang memiliki peranan penting dalam proses penjualan dan pembelian produk. Tanpa kemasan Anda akan sulit membawa produk ke mana saja. Tanpa kemasan juga produsen tidak memiliki identitas nilai jual.

Manfaat Kemasan Bagi Produsen

Meningkatkan nilai jual

Produk yang memiliki kemasan akan lebih banyak dipilih oleh para konsumen. Produsen percaya produk yang terkemas dianggap lebih aman untuk dimanfaatkan oleh para konsumen. Jajanan di pinggir jalan dibiarkan terbuka terkena debu. Meskipun memiliki rasa yang enak dan harga murah, jajanan tersebut tidak menjamin kesehatan Anda. Selain itu, kemasan akan lebih meningkat penjualannya apabila menggunakan desain menarik. Desain tersebut memberikan deskripsi informasi dari penggunaan atau pemanfaatan produk. Jika konsumen merasa lengkap, tentu produk Anda akan menjadi barang wajib beli setiap waktunya.

Melindungi produk saat pengiriman

Produk yang akan dikirim ke berbagai distributor membutuhkan perlindungan. Apalagi jika pengiriman produk memakan waktu yang cukup lama. Demi menghindari kerusakan produk, produsen wajib menggunakan kemasan. Kemasan yang digunakan pun berlapis, mulai dari primer, sekunder, dan tersier. Ketiga jenis kemasan tersebut bertujuan

untuk melindungi kerusakan saat barang tidak sengaja dibanting. Kemasan berlapis tersebut menjaga kontak fisik langsung dengan produk. Dengan demikian, barang yang dikirim akan lebih aman dan terjaga dari kerusakan. Jika barang rusak, produsen akan mengalami kerugian karena konsumen pun tidak tertarik untuk membeli produk yang kurang baik fisiknya.

Mengawetkan produk

Selain memang menggunakan bahan pengawet tambahan bagi produk makanan, kemasan juga memiliki peranan dalam mempertahankan masa pakai produk. Menggunakan kemasan memberikan efek kedap udara yang dapat mempertahankan jangka waktu pemakaian produk, baik makanan maupun bukan. Makanan terkemas akan lebih terjaga dari bakteri yang dapat menyebabkan makanan jamur atau basi. Sedangkan produk nonmakanan yang tidak dikemas akan menyebabkan berkarat atau lapuk. Belum lagi jika terkena air, produk akan lebih cepat rusak dan tidak layak untuk dimanfaatkan. Jika hal ini terjadi, produsenlah yang mengalami kerugian kembali.

Manfaat Kemasan Bagi Konsumen

Memudahkan pembawaan

Produk yang tidak menggunakan kemasan biasanya akan sulit untuk dibawa ke mana saja. Kita dapat mengambil salah satu contoh yang sederhana, misalnya Anda ingin membeli ½ kg gula. Untuk itu, kemasanlah yang dapat diandalkan konsumen untuk dibawa ke mana saja. Menggunakan kemasan juga dapat menjaga ke higienisan produk karena tangan tidak bersentuhan langsung dengan fisik produk.

Memberikan informasi deskripsi produk

Selain melindungi produk, konsumen juga mengharapkan kemasan yang memberikan informasi deskripsi yang lengkap. Kemasan yang baik memiliki berbagai informasi seperti kandungan, cara pemakaian, manfaat, dan lain-lain. Melalui kemasan juga dapat tercipta komunikasi yang menyampaikan jenis produk. Konsumen dapat memilih produk sesuai kebutuhan dengan hanya melihat kemasan.

Mencegah penyakit timbul

Bagi kemasan makanan, ini memang sangat berarti. Makanan yang dikemas akan terlindungi dari segala kemungkinan buruk terjadi. Mulai dari bakteri,

virus, debu, dan lain-lain yang dapat menyebabkan timbulnya penyakit. Nah, dengan menggunakan kemasan hal-hal tersebut dapat diminimalisir, sehingga Anda lebih nyaman mengonsumsi makanan yang terkemas. Fungsi Kemasan merupakan suatu hal yang memang perlu dipertimbangkan. Kemasan tidak serta merta hanya berfungsi untuk menutupi produk. Anda juga harus memilih bahan kemasan yang tepat. Mulai dari kesesuaian dengan produk, harga, kenyamanan, dan lain-lain.

Jenis Kemasan

Kemasan fleksibel memiliki bahan lentur atau elastis. Kemasan fleksibel merupakan pelindung yang tidak mudah retak atau patah. Misalnya, plastik, foil, dan juga kertas. Sedangkan kemasan ini memiliki sifat keras, tidak tahan lentur, dan mudah patah jika dibengkokkan. Kemasan ini ukurannya relatif lebih tebal daripada jenis fleksibel. Contoh kemasan kaku seperti kayu, gelas, dan logam. Kemasan semi kaku/semi fleksibel. Sesuai dengan namanya, kemasan ini memiliki sifat di antara jenis kaku dan fleksibel. Misalnya, botol plastik seperti kecap. Selain itu, juga wadah bahan yang memiliki bentuk pasta. Kemasan yang ketiga yaitu kemasan hermetik ini memiliki ketahanan gas, udara, dan uap air selama masih dalam bentuk tidak dapat dilalui oleh bakteri, kapang, ragi, dan debu. Contohnya kaleng, dan botol gelas. Kemasan tahan suhu tinggi. Kemasan ini memiliki fungsi saat bahan memerlukan proses pemasakan, pasteurisasi, dan sterilisasi. Umumnya terbuat dari logam dan gelas.

METODE PENGABDIAN

Sasaran dari Kegiatan Pengabdian Masyarakat “Pengembangan Strategi Cluster dan Literasi Desain Packaging Bagi Pelaku UMKM di Kabupaten Karanganyar” yaitu sumber daya manusia yang tergabung dalam Klaster UMKM Mbangun Makuto Romo Kabupaten Karanganyar.

Program pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan berkaitan dengan pengembangan program usaha rakyat melalui pengembangan design kemasan produk UMKM melalui pelatihan literasi design bagi pelaku UMKM. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berbentuk Pelatihan dan Pendampingan mengenai pengembangan dan sosialisasi pentingnya kemasan produk dengan tujuan meningkatkan penjualan produk dan

ketertarikan konsumen dalam membeli produk UMKM Karangnyar.

PEMBAHASAN

Kemasan merupakan faktor penting dalam sebuah usaha produksi karena fungsi dan peranannya dalam bidang pemasaran, baik produk berupa olahan makanan (pangan) maupun barang kebutuhan sehari-hari (consumer goods). Secara umum fungsi kemasan adalah sebagai bahan pelindung atau pengaman barang/produk dari pengaruh-pengaruh luar yang dapat mempercepat terjadinya kerusakan barang/produk yang terdapat di dalamnya. Namun selain itu kemasan masih memiliki fungsi-fungsi atau kegunaan lain yang tidak kalah pentingnya seperti mempermudah distribusi atau pengontrolan produk dan bahkan saat ini ada fungsi yang sangat penting yaitu kemasan sebagai media atau sarana informasi dan promosi dari produk yang ditawarkan yang ada di dalam kemasan.

UMKM perlu membuat variasi ukuran bentuk kemasan produk agar minat pembelian dapat lebih meningkat. Adanya variasi bentuk kemasan dapat membentuk variasi harga. Sehingga dengan harga yang lebih murah lagi konsumen dapat membeli produk UMKM dan dirasa juga mampu meningkatkan citranya pada konsumen. Selain itu, mungkin bentuk kemasan dapat dibuat lebih unik lagi agar dapat mudah dibedakan dari kemasan produk lain.

Keunikan sebuah kemasan produk UMKM akan menjadikan produk UMKM memiliki daya saing baik di dalam negeri untuk pasar lokal maupun ke mancanegara untuk meningkatkan ekspor produk Indonesia. Dengan meningkatnya daya saing produk UMKM maka akan meningkatkan kesiapan UMKM di Indonesia dalam menghadapi era MEA.

KESIMPULAN

Keberhasilan sebuah industri diawali dari kemauan pelaku usahanya untuk berkembang. Begitu pula dengan pelaku usaha UMKM dari klaster Mbangun Makutoromo di Kabupaten Karanganyar. Kemauan pemiliknya untuk mengurus segala hal perijinan maupun mengembangkan produk dengan berbagai macam kemasan mampu membuahkan hasil yang saat ini mampu menembus pasar mancanegara. Namun, untuk mengupayakan kemasan yang menarik yang memenuhi kebutuhan pemasaran domestik

maupun mancanegara juga membutuhkan modal yang tidak sedikit. Peran pemerintah khususnya Dinas Koperasi dan UMKM dibutuhkan bagi perkembangan UMKM menuju pasar internasional dan juga peran akademisi sebagai lembaga yang memberikan pelatihan bagi UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, A., Rodriquez, E. & Sandeem, H., 2001, *Small and medium enterprises dynamics in Indonesia*. Bulletin of Indonesian Economic Studies 37 (3): 363-384
- Tambunan, Tulus, 2008, *Ukuran Daya Saing UKM dan Koperasi*, Universitas Trisaksi- Kadin Indonesia.
- Sunaryanto, Lasmono T., 2010, *Kajian Strategi Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis Teknologi Informasi (TI)*, Hibah Kompetensi, UKSW-DIKTI
- Saleh, B., Hidayat, Y.D., 2016, *Penggunaan Teknologi Informasi di Kalangan UMKM di daerah Perbatasan (Studi di Kabupaten Belu Propinsi Nusa Tenggara Timur)*, *Jurnal Pokemmas*, Vol.1 No.2, Hal 111-120
- Saputra, I.D, 2012, *Manajemen Peta Potensi Wilayah Berbasis WebGIS*
- Bappenas, 2006, *Panduan Pembangunan Industri: Untuk Pembangunan Ekonomi Daerah Berdaya Saing Tinggi*, Direktorat Pengembangan kawasan Khusus, dan Teritnggal, Nappenas Jakarta.
- Badrudin, Rudy, 2012, *Model Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah Dengan One Village One Products Untuk mengurangi Kemiskinan*, Prosiding Seminar Nasional Dan Callfor Paper Pengentasan Kemiskinan Melalui Umkm: Komparasi Model Indonesia Dan Malaysia Yogyakarta, 5 Desember 2012