

INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK & REPACKAGING PADA UMKM RENGGINANG “BU TAMSUNI”

Ratna Tri Hardaningtyas*, Helmi Artikasari

Universitas Islam Malang, Indonesia,

*ratnatyas@uisma.ac.id

Info Artikel

Diajukan: 2022-09-15

Diterima: 2022-09-23

Diterbitkan: -

Keywords:

Packaging, Repackaging, Consumers.

Kata Kunci:

Kemasan, Repackaging, Konsumen



Lisensi: cc-by-sa

Copyright © 2022 Ratna Tri
hardaningtyas, Helmi Artikasari

Abstract

This service aims to determine the effect of product packaging on purchasing decisions in Bu Tamsuni's rengginang business. The method used in community service is through socialization, training and mentoring. After the program is implemented, the product packaging is thicker so that the product is not easily damaged and new designs are more attractive to buyers. With the implementation of the community service program, it can help Mrs. Tamsuni to increase the sales of her products.

Abstrak

Pengabdian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kemasan produk terhadap keputusan pembelian pada usaha rengginang Bu Tamsuni, permasalahan yang dihadapi adalah kekecewaan konsumen terhadap produk rengginang yang mudah hancur dan kemasan yang mudah robek. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat melalui sosialisasi, pelatihan dan pendampingan. Setelah program terlaksana diperoleh hasil kemasan produk lebih tebal sehingga produk tidak mudah rusak serta desain baru yang lebih menarik pembeli. Dengan terlaksananya program pengabdian masyarakat dapat membantu Bu Tamsuni untuk meningkatkan penjualan produknya.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, teknologi sangat dengan mudah berkembang dengan pesat yang membawa dampak bagi kehidupan manusia, terutama dalam dunia bisnis. Perkembangan usaha yang bermunculan baik usaha kecil maupun besar yang berdampak pada persaingan yang ketat baik antar perusahaan yang sejenis maupun tidak sejenis. Dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam lingkungan bisnis yang terus berkembang mendorong produsen untuk lebih berpola pikir pada bentuk produk yang ditawarkan, dengan melihat dari segi manfaat dan dasarnya saja.

Dengan menghadapi persaingan antar produsen yang semakin pesat, produsen tidak boleh terpacu pada produknya yang seperti itu saja. Produsen harus mengeluarkan inovasi terbaru untuk produk yang ditawarkannya. Salah satu cara untuk menarik konsumen adalah dengan melakukan inovasi dalam pengemasan produk. Yakni dengan menampilkan gambar dan pandangan suatu produk. Kemasan harus dibentuk / di desain semenarik mungkin dengan menampilkan informasi yang jelas (Bastomi, 2022). Dengan desain yang menarik dari kemasan, konsumen akan tertarik untuk membeli produk tersebut.

Dengan kemasan yang didesain dengan baik, akan membujuk, menarik perhatian dan mengarahkan konsumen untuk melakukan transaksi jual beli (Sudaryanti, dkk., 2022). Sehingga tujuan usaha akan berjalan dengan baik. Dalam sistem penjualan, pemberian kemasan memegang kuasa yang sangat penting mengingat banyaknya persaingan yang terjadi dan pengemasan dan desain produk yang baik juga merupakan ciri khas suatu produk yang akan diingat oleh konsumen.

Rengginang bu Tamsuni sendiri merupakan UMKM yang memproduksi rengginang dengan beberapa varian rasa. UMKM tersebut mulai memproduksi rengginang pada tahun 2018. Selama 4 tahun memproduksi dan menjual rengginang, Bu Tamsuni mengatakan bahwa kendala yang dihadapi saat ini yakni kemasan yang mudah robek dan tipis, sehingga rengginang mudah hancur dan produsen menjadi rugi. Selain itu, pengemasan yang kurang baik merupakan salah satu kendala untuk melakukan pengiriman produk ke luar kota. Sehingga pemasaran yang dijangkau hanya sebatas satu desa saja. Maka dari itu, penggantian kemasan yang baik sangat dibutuhkan oleh Bu Tamsuni agar usahanya dapat lebih dikenal ke masyarakat luar dan dapat dikirim kemana saja. Berdasarkan pemaparan di atas, program pengabdian masyarakat perlu dilakukan untuk membantu Bu Tamsuni untuk meningkatkan daya saing produknya.

METODE PELAKSANAAN

Program pengabdian masyarakat menggunakan UMKM Rengginang Bu Tamsuni yang memiliki usaha kerupuk rengginang. Pelaksanaan program tersebut berlokasi di kediaman Ibu Tamsuni, tepatnya di Dusun Petung Wulung Desa Toyomarto Kecamatan Singosari Kabupaten Malang. Pelaksanaan program menggunakan metode sosialisasi, pelatihan dan pendampingan terkait inovasi dan repackaging kemasan agar lebih menarik dan aman.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pertama pelaksanaan program melalui sosialisasi. Pada proses ini disampaikan tujuan dari program yang akan dilaksanakan. Selain itu, untuk mengetahui permasalahan mitra, dilakukan dengan wawancara dan observasi langsung. Menurut hasil wawancara dengan Bu Tamsuni pemilik UMKM rengginang, beliau mendapati bahwa rengginang yang diproduksinya mudah rusak dan kurang maksimal dalam penjualannya. Observasi yang ditemukan mengarah kepada plastik yang membungkus produk terlalu tipis sehingga rawan rusak serta desain kemasan yang kurang menarik membuat pembeli ragu untuk membeli (Rizianiza et al., 2021).



Gambar 1. Kemasan Rengginang sebelum Inovasi

Langkah kedua, dilakukan pelatihan terkait inovasi dan repackaging kemasan produk. Pada tahap ini dilakukan pemilihan jenis plastik yang digunakan yaitu dengan menggunakan yang lebih tebal. Plastik yang tebal dapat meminimalisir rengginang agar tidak mudah remuk dan sobeknya plastik. Selain itu, untuk menjaga kualitas

produk, Bu Tamsuni diajarkan untuk menggunakan alat pres berupa sealer. Hal ini tentunya dapat mempertahankan produk agar bisa bertahan lama dan tidak mudah rusak.



Gambar 2. Proses Pengemasan Produk Menggunakan Sealer

Setelah melakukan inovasi kemasan yang lebih baik dan pembuatan label kemasan yang lebih menarik, penjualan yang dilakukan oleh UMKM rengginang Bu Tamsuni mengalami kenaikan. Selain mengalami kenaikan penjualan yang signifikan, pengemasan produk yang lebih baik juga menimbulkan dampak positif bagi keawetan rengginang itu sendiri. Produk rengginang yang biasanya mudah remuk dan kemasan yang mudah sobek kini menjadi lebih awet, sehingga meminimalisir kerugian yang dialami oleh Bu Tamsuni (Erdhianto, 2021).

Kemasan menjadi cerminan bisnis yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan penjualan (Kasino, 2020). Pada intinya, kemasan dapat mendukung loyalitas merek serta mendorong penjualan apabila dirancang dengan baik, karena bagian pertama yang dilihat oleh konsumen adalah kemasan produk (Mukhlis et al., 2022).



Gambar 3. Kemasan Rengginang Setelah Inovasi

Selanjutnya, hasil wawancara yang dilakukan kepada konsumen rengginang Bu Tamsuni dan masyarakat sekitar adalah adanya respon positif mengenai pembaruan kemasan yang telah dilakukan. Menurut mereka, penggantian kemasan dan label ini menguntungkan, sebab rengginang akan tidak mudah hancur dan cita rasa masih terjaga dengan enak (Herydiansyah et al., 2019). Sedangkan masyarakat sekitar toko yang belum pernah membeli sempat melirik rengginang dan beberapa mencoba

membeli. Jadi, pada intinya pengemasan produk yang baik dan label produk yang menarik dapat membuat konsumen dan calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut. Sebagai contoh, jika ada suatu produk yang tidak berlabel dan dikemas dengan kemasan yang biasa saja disandingkan dengan produk yang berlabel menarik dan dikemas dengan kemasan yang premium di dalam supermarket, tentu calon konsumen akan memilih produk yang berlabel menarik dan memiliki kemasan yang baik (Djati, 2020). Hal tersebut dikarenakan rasa kepercayaan konsumen terhadap produk yang lebih meyakinkan (Pratama et al., 2021).

Pada intinya, pengemasan produk dan pelabelan produk yang baik berdampak baik, bagi produsen maupun konsumen. Konsumen akan lebih tertarik dengan kemasan yang baik karena hal tersebut dapat meningkatkan kepercayaan konsumen mengenai produk tersebut. Hal tersebut juga telah dibuktikan dengan Kenaikan penjualan pasca inovasi kemasan yang dilakukan oleh UMKM Rengginang Bu Tamsuni. Inovasi yang dilakukan oleh UMKM Rengginang Bu Tamsuni adalah mengganti plastik lama ke plastik yang lebih tebal dan menggunakan *sealer* untuk melakukan perekatan, yang sebelumnya hanya menggunakan staples (Putri & Hanafi, 2021). mengingat permasalahan yang dihadapi sebelumnya adalah rengginang yang mudah remuk dan kemasan yang mudah bocor. Selain dari segi kemasan, Rengginang Bu Tamsuni juga melakukan sedikit inovasi di bagian label, yakni pemberian label dengan informasi yang lebih lengkap, sehingga memudahkan konsumen untuk membedakan varian rasa dan mendapat informasi lain di label tersebut.

KESIMPULAN

Serangkaian kegiatan program pengabdian masyarakat telah dilaksanakan dengan baik sehingga dapat disimpulkan bahwa kemasan produk mampu mendorong keputusan pembelian konsumen. Kemasan produk yang baik dan menarik memberikan dampak peningkatan kepercayaan konsumen dan kenaikan penjualan oleh produsen. Pengembangan kemasan produk rengginang ini adalah dengan selalu menginovasi kemasan kemasan yang kekinian, sehingga penjualan bisa merambah ke supermarket besar seperti Indomaret, Alfamart dan pusat oleh-oleh lainnya.

DAFTAR RUJUKAN

- Bastomi, M. (2022). Peningkatan Daya Saing Kopi Dengan Strategi Kemasan Dan Pemasaran Di Dusun Borojabung. *DINAMIS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–6. <https://doi.org/10.33752/dinamis.v2i1.530>
- Djati, T. A. (2020). Pemasaran Dalam Mempengaruhi Perilaku Konsumen “ DECOY EFFECT ” Membeli Produk yang Lebih Mahal. *Jurnal Brand*, 2(2), 190–194.
- Erdhianto, Y. (2021). Analisa Pengendalian Kualitas untuk Mengurangi Jumlah Cacat pada Kemasan Produk Gula Pasir PG Kremboong dengan Metode Seven Tools. *Seminar Nasional Teknologi Industri Berkelanjutan I (SENASTITAN I)*, 1(1), 349–357. <http://ejurnal.itats.ac.id/senastitan/article/view/1644>
- Herydiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Dan Pajak Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 84–89.
- Kasino. (2020). Pengaruh Kemasan Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci So Klin Di Kecamatan Sukodono Sidoarjo. *Jurnal Ecopreneur*.12, 3(1). <https://doi.org/10.51804/econ12.v3i1.674>
- Mukhlis, M., Latif, L. A., Tjiroso, B., & Rais, S. (2022). Pelatihan Pembuatan Kemasan Produk-Produk Rumahan Bagi Masyarakat Di Desa Toniku. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 91–98.
- Pratama, D. Y., Namira, M., Sabrina, M., & Monica, R. F. (2021). INNOVATIVE : Volume 2 Nomor

- 1 Tahun 2021 Research & Learning in Primary Education Menerapkan Rasa Percaya kepada Konsumen Setiap Membeli Barang di Toko. *Innovative*, 2, 420–425.
- Putri, R. D., & Hanafi, I. (2021). PENDAMPINGAN PENGGUNAAN KEMASAN “Vacum Sealer” PADA PRODUK OLAHAN IKAN BANDENG DI DESA GERSIK PUTIH KEC. GAPURA SUMENEP. *Jurnal Terapan Abdimas*, 6(2), 140. <https://doi.org/10.25273/jta.v6i2.7969>
- Rizianiza, I., Mungil, D., Idhil, A., Abdinus, J., & Pengabdian, J. (2021). Peningkatan Pemahaman Tentang Kemasan Pada UMKM Pengolah Rumput Laut Institut Teknologi Kalimantan P rosent ase Kenai kan J um I ah UMKM Indonesi a. *Jurnal Abdinus: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 5(1), 144–152.
- Sudaryanti, D., Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan Packaging dan Packing di RW 01 Kelurahan kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 434–441.