

---

## PERANAN KEMASAN (PACKAGING) DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DI BINTAN BUYU

Oleh

Bambang Sambodo<sup>1</sup>, Afifah Chairunnisa<sup>2</sup>, Anil Kumar Sarabiti<sup>3</sup>, Hendiaz Aulia<sup>4</sup>,  
Novi Ayu Windira<sup>5</sup>, Try Surya Puspita<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Manajemen, Program Studi Akuntansi, Sekolah Tinggi Ilmu  
Ekonomi Pembangunan Tanjungpinang, Jl. R. H. Fisabilillah No. 34 Tanjungpinang  
Kepulauan Riau.

Email: [1noviayuwindira04@gmail.com](mailto:noviayuwindira04@gmail.com)

---

### **Article History:**

Received: 21-12-2024

Revised: 04-01-2025

Accepted: 24-01-2025

### **Keywords:**

UMKM, Packaging

**Abstract:** *This research aims to increase product marketing and sales by selecting safe and durable packaging. This research is a type of qualitative research to explain the contribution of packaging to Micro, Small and Medium Enterprises. The method of data analysis is the process of searching for and compiling data obtained through interviews, field notes and documentation in a systematic way. By using this research we were able to dig up various information about Ms. Marini's Spicy Sweet Potato Chips and Ms. Surya's Peanut Cake. The existence of packaging is needed by Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs), which incidentally still use non-standard packaging.*

---

## PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Sektor ini mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah karena minimnya penjualan yang salah satu penyebabnya adalah kemasan yang masih sangat sederhana. Produk yang dihasilkan oleh UMKM memiliki ciri khas, cita rasa yang unik dan tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh pabrikan. Namun karena kemasannya sederhana sehingga penampilannya kurang menarik. Hal inilah yang menyebabkan produk UMKM jangkauan pasarnya terbatas, sulit bersaing dipasaran apalagi pasar modern. UMKM dalam menjalankan usahanya salah satu upaya yang dilakukan agar usaha tersebut dapat dikenali oleh masyarakat ataupun konsumen adalah melakukan *packaging* (Widiati, 2020).

*Packaging* sangat penting bagi UMKM dalam berjalannya suatu usaha. *Packaging* juga memiliki peran penting bagi UMKM yaitu : 1) Sebagai wadah yang memungkinkan diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen. 2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain. 3) Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Agar desain kemasan tampil menarik dapat dikonsultasikan pada desainer kemasan.

Produk UMKM yang ada di desa Bintan Buyu adalah Keripik ubi dan Kue kacang yang merupakan produk rumahan. Produk ini adalah produk buatan tangan dari dua UMKM yang



memiliki cita rasa tersendiri. Keripik ubi memiliki varian rasa original dan rasa pedas, sedangkan kue kacang memiliki varian rasa original dan rasa roti marie. Kedua UMKM pemilik produk tersebut masih memiliki *packaging* yang sederhana sehingga membuat produk kurang tahan lama yang menyebabkan produk yang akan dipasarkan kurang diminati oleh konsumen.

### **KAJIAN PUSTAKA**

Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa kemasan adalah semua kegiatan merancang dan memproduksi wadah untuk produk. Adapun unsur-unsur kemasan menurut Philip Kotler (2009) kemasan adalah ukuran, warna, bahan, bentuk, gambar, tanda merek dan label. Banyak perusahaan yang sangat memperhatikan kemasan suatu produk sebab perusahaan menganggap bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pembungkus tetapi lebih luas dari pada itu. Pengemasan harus mengandung fungsi daya tarik dan daya lindung. Dengan demikian jelaslah bahwa dengan kemasan yang menarik dapat mempengaruhi calon pembeli untuk melakukan pembelian karena kemasan yang menarik setidaknya mempunyai daya tarik dalam pandangan konsumen. Dengan perkataan lain bahwa kemasan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Keputusan et al., 2019).

### **METODOLOGI PENELITIAN**

Kegiatan ini membantu para pelaku UMKM kripik ubi dan kue kacang dalam hal *packaging*. Penulis mengumpulkan data terkait kendala yang dialami oleh pelaku UMKM dengan menggunakan metode sebagai berikut :

#### 1) Wawancara

Menurut Robert Khan dan Chanel wawancara merupakan pola khusus dari interaksi. Dimulai dari lisan untuk tujuan tertentu kemudian di fokuskan pada daerah konten yang lebih spesifik. Ada proses sedimentasi dari bahan-bahan yang tidak memiliki hubungan secara lanjut.

#### 2) Sosialisasi

Sosialisasi menurut KBBI berarti upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal, dipahami, dihayati oleh masyarakat atau pemasyarakatan.

#### 3) Seleksi *Packaging*

Seleksi *packaging* merupakan salah satu metode yang di pilih penulis untuk menentukan bentuk *packaging* yang cocok bagi pelaku UMKM yang berfungsi untuk melindungi produk dari kerusakan dan menambah daya tarik dari produk yang di pasarkan.

Setelah melakukan wawancara diperoleh informasi kendala yang di alami pelaku UMKM, selanjutnya penulis melakukan sosialisasi dan seleksi *packaging*. Evaluasi dilakukan pada akhir kegiatan untuk mengetahui efektifitas bentuk *packaging* pada tingkat penjualan produk.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dari hasil survei dan wawancara diperoleh informasi bahwa UMKM keripik ubi dan kue kacang belum memiliki *packaging* yang sesuai. Mereka hanya menggunakan *packaging* yang sederhana berbentuk plastik biasa. Penulis menyimpulkan bahwa *packaging* yang menggunakan plastik biasa belum layak sebagai ciri khas produk. Penulis menyimpulkan

bahwa packaging yang menggunakan plastik biasa belum layak menjadi ciri khas produk. Penulis mencari tahu kendala yang di hadapi oleh pelaku UMKM keripik ubi dan kue kacang yaitu masih rendahnya pengetahuan dan kemampuan dalam mengelola usaha khususnya dalam pengemasan produk belum memiliki packaging sesuai standar dan memadai. Mengangkat citra dan nilai tambah dari produk tersebut

Sebuah produk akan mempunyai nilai jual yang lebih apabila kemasannya lebih menarik. Misalnya produk dari Desa Bintang Buyu ini yaitu Keripik Ubi Pedas Ibu Marini yang dimodifikasikan ke kemasan plastic dengan alumunium foil sehingga lebih aman dalam jangka waktu lama dan Kue Kacang Ibu Surya yang telah dimodifikasikan juga dengan kemasan toples yang membuat produk tidak mudah hancur dan juga lebih aman.

**b. Memperpanjang masa simpan produk**

Memperpanjang masa simpan misalnya produk kripik menggunakan kemasan biasa (polypropilen) masa simpannya hanya satu bulan tetapi dengan menggunakan kemasan standar (aluminium foil) masa simpannya bisa sampai lebih dari 6 bulan.

**c. Dapat mewujudkan UMKM naik kelas**

Dari usaha kecil bisa menjadi menengah. Dari usaha menengah bisa menjadi usaha besar. Tentunya dengan memperluas pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah sehingga omset dari penjualan semakin meningkat.

Dari hasil survey dan wawancara diperoleh informasi bahwa UMKM keripik ubi dan kue kacang masih minimnya tentang packaging. Karena packaging yang digunakan oleh kedua UMKM tersebut masih tidak aman untuk dipasarkan dengan menggunakan packaging yang sederhana. Pemahaman dan penggunaan packaging menjadi kendala yang dihadapi UMKM.



**Gambar 1 Pemberian Packaging ke UMKM**

Berdasarkan hasil survei, selanjutnya penulis melakukan sosialisasi kepada para pelaku UMKM di Bintang Buyu tentang pentingnya merek dan desain logonya dalam memasarkan produk yang akan berdampak pada peningkatan penjualan. Sosialisasi ini di lakukan di aula desa bintang buyu yang di lakukan pada tanggal 07 november 2022 dengan peserta sebanyak 60 orang yang terdiri dari pelaku UMKM dan Masyarakat di Desa Bintang Buyu.



**Gambar 2 Sosialisasi Tentang Packaging**

Setelah melakukan sosialisasi untuk memenuhi pemahaman para pelaku usaha UMKM, Berikut ini adalah bukti dari inovasi kelompok KKN Di Desa Bintang Buyu yang telah kami jalankan. Gambar dibawah ini adalah perbandingan packaging antara sebelum adanya program kerja kami dan sesudahnya.



**Gambar 3 Packaging Kue Kacang**

Gambar diatas Dari gambar di atas merupakan packaging awal dari UMKM kue kacang yang mana packaging hanya menggunakan plastic packing yang sederhana dan kurang menarik, dengan adanya kegiatan KKN ini kami memberikan ide atau inovasi kepada UMKM di Bintang buyu dengan mengupdate dari segi packaging yang lebih modern dan aman dari sebelumnya yang dapat menarik minat konsumen.



**Gambar 4 Packaging Keripik Ubi Pedas**

Berikut packaging sebelum dan sesudah adanya kegiatan KKN yang mana packaging dari keripik ubi ini menggunakan packaging bening sehingga minyak dari keripik ubi ini terlihat didalam kemasan dan kurang menarik sehingga dapat mempengaruhi penjualan pada keripik ubi di Bintang buyu.

Dengan packaging yang menarik dan unik dapat meningkatkn nilai jual dan minat pelanggan yang man penjualan meningkat penjualan dapat dilakukan melalui cara yang lebih

modern dengan adanya kegiatan KKN ini melalui social media meliputi Instagram, Facebook (Bursa Jual Beli), dan aplikasi lainnya. Adapun penerapan digital marketing melalui WhatsApp Business, Google Maps, Linktree (Katalog bisnis) yang sangat mendukung proses penjualan pada UMKM di Bintan Buyu.

UMKM keripik ubi memiliki omset Rp.1.500.000 perbulan sebelum program pengabdian masyarakat dilakukan, setelah pengabdian ini omset mencapai Rp.2.500.000 atau meningkat sebesar 66 %. UMKM Kue Kacang memiliki omset Rp.1.100.000 perbulan sebelum program pengabdian masyarakat dilakukan dan setelah pengabdian ini omset mencapai Rp. 2.000.000 atau sebesar 45%.

Diharapkan dengan adanya program pengabdian ini, pelaku UMKM lainnya di Desa Bintan Buyu mulai menyadari pentingnya packaging dalam menarik minat konsumen dan dampaknya untuk meningkatkan penjualan produk..

## **KESIMPULAN**

Keberadaan kemasan sangat diperlukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang notabene masih menggunakan kemasan yang belum standar. Pengemasan (packaging) diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Peranan kemasan dalam meningkatkan pemasaran produk di “Keripik Ubi Pedas Ibu Marini dan Kue Kacang Ibu Surya” Di Desa Bintan Buyu adalah dapat mengangkat citra dan nilai tambah pada produk tersebut, memperpanjang masa simpan produk dan dapat mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan hasil penjualan.

## **SARAN**

Setelah melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berakhir baik, diharapkan untuk dapat merealisasikan keberlanjutan program dalam pendampingan pembuatan kemasan dan label berbentuk standing pouch dari aluminium foil dengan model yang kekinian dan informasi lainnya yang harus ada dalam kemasan, sehingga aneka produk bisa berkembang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157-172. <https://stiemmamuju.e-journal.id/GJIEP/article/view/39>
- [2] Keputusan, T., Selai, P., Homemade, B., Anggriani, D., & Si, M. (2019). *No Title*. 11(2), 1-12.
- [3] Widiati, A. (2020). Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) 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>
- [4] Zen, Z. H., Satriardi, S., Dermawan, D., Anggraini, D. A., Meirizha, S. N., & Yul, F. A. (2017). Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 1(2), 12-15. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v1i2.225>



HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN