

REPACKING PRODUK UMKM (BONGGOLAN)

Adinda Putri Rizqi¹, Rohdlotul Aisy Rofidah², Elsa Trisna Tania³, Rizal Dhani Al-faruq Zakaria⁴

¹Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik

²Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Gresik

Email : rizaldhani77@gmail.com, Rohdlotulaisy2@gmail.com, Taniaelsa1111@gmail.com,
dputririzqi@gmail.com

ABSTRAK

Desa Purwodadi adalah salah satu Desa yang terletak di Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Berdasarkan data di lapangan, permasalahan yang terjadi adalah masih banyak pelaku UMKM di Desa purwodadi ini banyak produk UMKM nya kemasannya kurang menarik . Salah satu strategi melalui bagaimana UMKM di Desa Purwodadi mengadopsi strategi repacking produk untuk meningkatkan visibilitas, daya tarik, dan akses pasar mereka. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah Pengumpulan Data, Persiapan Teknis, Pelaksanaan, Pendampingan, dan Evaluasi kegiatan. Indikator capaian membuktikan bahwa kegiatan ini berjalan sesuai rencana di awal. Hasil dari kegiatan ini para peserta sangat antusias mengenal bagaimana membuat packaging untuk meningkatkan daya tarik kepada pelanggan Keberlanjutan dari kegiatan ini diharapkan setiap para peserta bisa meningkatkan visibilitas dan daya tarik pada sebuah produk unggulan mereka agar dengan memperbaiki kemasan produk mereka dapat meningkatkan daya tarik kepada pelangganya dan meningkatkan daya saing .

Kata Kunci : UMKM, Repacking Produk, Daya Saing, Inovasi Produk.

ABSTRACT

Purwodadi Village is one of the villages located in Sidayu District, Gresik Regency. Based on data in the field, the problem that occurs is that there are still many MSME players in Purwodadi Village, many of whose MSME products have less attractive packaging. One strategy is through how MSMEs in Purwodadi Village adopt a product repacking strategy to increase their visibility, attractiveness and market access. The methods used in this activity are Data Collection, Technical Preparation, Implementation, Assistance and Evaluation of activities. Achievement indicators prove that this activity is proceeding according to the initial plan. As a result of this activity, the participants were very enthusiastic about knowing how to make packaging to increase its appeal to customers. With the continuation of this activity, it is hoped that each participant can increase the visibility and attractiveness of their superior products so that by updating their product packaging they can increase their attractiveness to customers and increase their competitiveness.

Keywords: UMKM, Product Repacking, Competitiveness, Product Innovation.

PENDAHULUAN

UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian yang ada di Indonesia. Dalam menghadapi berbagai tantangan yang terjadi UMKM masih tetap bertahan di pangsa pasar. Hal ini terjadi karena mayoritas UMKM menghasilkan produk konsumsi dan jasa dengan

elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, modal yang diperoleh sebagian besar UMKM tidak berasal dari bank, modal yang dimiliki terbatas dan pasar yang bersaing. Peran penting yang dimiliki menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan untuk meningkatkan ekonomi. Terbukti bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menyerap tenaga kerja untuk mengatasi pengangguran. Namun realitanya tidak semua usaha dapat berjalan dengan mulus, masih terdapat kendala dan hambatan yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM (Aditya et al., 2024).

Produk-produk UMKM dapat berkisar dari makanan dan minuman, kerajinan tangan, pakaian, aksesoris, produk pertanian, produk kecantikan, jasa perawatan, dan masih banyak lagi. UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. Mereka memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengentasan kemiskinan. Produk UMKM sering kali memiliki ciri khas dan keunikan tersendiri yang membedakannya dari produk-produk besar yang diproduksi secara massal (Aditya et al., 2024).

Kontribusi UMKM sangat penting dalam membantu meningkatkan perekonomian masyarakat. Namun, banyak hambatan yang membuat mereka sulit untuk berkembang. Pelaku UMKM seringkali tidak memperhatikan kekurangan produk yang dihasilkan. Banyak produk UMKM sulit bersaing di pasar nasional. Salah satu faktor yang menyebabkan yaitu kemasan produk kurang menarik minat konsumen. Desain kemasan sendiri menjadi salah satu aspek yang dapat menunjang minat beli konsumen terhadap produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dan menarik akan dapat membangun eksistensi merek dan menunjang penjualan produk. Dalam hal lain kemasan dapat menjadi pembungkus, melindungi, mengirim, menyimpan, mengeluarkan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, desain kemasan menjadi salah satu hal penting. Pada strategi pemasaran ritel modern, desain kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk (Diana et al., 2024).

Desain dan produksi bungkus sebuah produk disebut dengan kemasan (Kotler, Anitawat, & Susanto, 2000). Maryama, et al., (2018) menyatakan bahwa kemasan produk menjadi sangat penting untuk mendongkrak penjualan, namun hanya sedikit pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro dan kecil yang memperhatikan kemasan produknya. Hal ini tentunya dapat berdampak pada penurunan ekspektasi pembeli terhadap produk yang dijual. Sebagian besar pelaku usaha masih beranggapan bahwa kemasan menarik membutuhkan biaya yang cukup besar serta tidak terlalu mempengaruhi omset penjualan. Adanya kemasan/ packaging yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan, karena packaging pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan packaging akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk (Anasrulloh & Basiron, 2017).

Daya saing adalah kemampuan suatu usaha untuk bersaing secara efektif di pasar dengan menjaga keunggulan relatifnya dalam hal harga, kualitas, inovasi, dan faktor-faktor lain yang menjadi pertimbangan konsumen. Bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), daya saing sangat penting untuk bertahan dan tumbuh dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

Kesadaran akan pentingnya memahami usaha yang dimiliki dan inovasi menjadi salah satu kunci keberhasilan. Pelaku UMKM seringkali kurang memperhatikan kelemahan yang terdapat pada usaha yang dijalankan. Hal ini dapat menghambat perkembangan usaha dan pendapatan sulit meningkat. Mayoritas pelaku UMKM hanya berfokus untuk memproduksi suatu barang tanpa memikirkan strategi perkembangan yang dinamis sehingga pendapatan yang diperoleh tidak mengalami kenaikan (Solihin, Susanto, Setiawan, Ahyani, & Darmadi, 2020). Seperti yang terjadi pada pelaku usaha produk Bonggolan ikan masih memiliki kelemahan dalam menjalankan kegiatan usaha. Melihat adanya kelemahan tersebut, maka perlu adanya pemberdayaan yang harus dilakukan. Pemberdayaan ini dilakukan dengan pendampingan kepada pelaku usaha terkait pentingnya desain kemasan dan pemasaran produk.

Desa Purwodadi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Potensi desa tersebut salah satunya yaitu UMKM yang menghasilkan produk Bonggolan berbahan dasar ikan. Mayoritas warga Desa Purwodadi memproduksi bonggolan ikan dengan bantuan keluarga masing-masing. Proses produksi hingga pemasaran dilakukan oleh individu masing-masing. Dalam menjalankan kegiatan usaha pelaku UMKM kurang memperhatikan produk yang dihasilkan. Kemasan yang digunakan hanya daun pisan atau kertas minyak dan tidak ada desain logo merk yang menjadi keunikan produk tersebut. Desain kemasan yang kurang menarik menjadikan produk kurang dikenal oleh masyarakat. Selain itu, mereka menjual produk hanya dititipkan di warung sekitar Desa Purwodadi saja. Sehingga produk yang dijual tidak terjangkau oleh masyarakat luas.

METODE PELAKSANAAN

Guna tercapainya tujuan yang ditetapkan, berikut ringkasan metode pelaksanaan kegiatan beserta penjabarannya:

A. Waktu dan Tempat

Proses pelaksanaan program kerja selama 1 minggu pada tanggal 23 – 29 Januari 2024, bertempat di Desa Purwodadi Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik.

B. Pemecahan Masalah

1. Survei

Metode yang digunakan dalam beberapa kegiatan yang melibatkan para pelaku UMKM Bonggolan yaitu dengan cara penyampaian gambaran program kerja Manajemen melalui kegiatan ibu-ibu PKK dan survei secara door to door ke beberapa rumah pemilik UMKM Bonggolan yang ada di Desa Purwodadi, untuk memberikan motivasi dan informasi bagi pemilik usaha UMKM Bonggolan untuk mengembangkan usahanya sehingga mereka akan memperhatikan segala aspek yang berpengaruh terhadap perkembangan usahanya seperti desain pengemasan produk dan branding produk, guna untuk menambah nilai jual produk UMKM mereka.

Berdasarkan survei yang telah kami lakukan terdapat 2 pelaku UMKM Bonggolan di Desa Purwodadi yang mendukung pelaksanaan program kerja Mahasiswa Prodi Manajemen KKN Desa Purwodadi.

2. Perencanaan Kegiatan

Rencana kegiatan dilakukan setelah melakukan kegiatan survei. Kemudian dilakukan diskusi antara Mahasiswa KKN dan Pemilik UMKM Bonggolan untuk

menentukan seperti apa packaging dan desain logo brand produk yang akan digunakan.

C. Pelaksanaan

1. Mahasiswa KKN Mencari informasi mengenai UMKM di Desa Purwodadi melalui Ibu Kepala Desa, ibu-ibu BUMDES, dan Masyarakat Desa Purwodadi
2. Mahasiswa Menyampaikan gambaran program kerja Manajemen melalui kegiatan PKK di Balai Desa Purwodadi
3. Mahasiswa Survei UMKM Bonggolan dan pendataan UMKM yang berkenan dibantu dalam pengembangan kemasan produk
4. Mahasiswa Merencanakan desain logo dan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan UMKM
5. Mahasiswa Membuat desain logo yang disepakati oleh pihak pemilik UMKM Bonggolan
6. Mahasiswa Mengimplementasikan hasil dari desain logo dan kemasan

D. Teknik Pelaksanaan

Teknik pelaksanaan program kerja prodi Manajemen dengan metode berikut:

- a. Langkah 1 (Survei dengan cara mendatangi rumah pemilik UMKM Bonggolan di Desa Purwodadi)

Metode pertama mahasiswa KKN dari prodi manajemen mendatangi rumah masing-masing pemilik Usaha UMKM Bonggolan yang ada di Desa Purwodadi. Melalui survei mahasiswa KKN menghasilkan data bahwa terdapat banyak UMKM yang kurang memperhatikan aspek pengemasan produk.
- b. Langkah 2 (Metode diskusi)

Pada metode kedua ini mahasiswa KKN bertanya dan berdiskusi terkait program kerja yang akan dilakukan yaitu tentang desain kemasan yang sesuai dengan kualifikasi produk serta kelanjutan biaya tambahan yang harus dikeluarkan untuk kebutuhan packaging produk. Apakah pemilik UMKM bersedia atautkah keberatan.
- c. Langkah 3 (Metode penyusunan kemasan dan logo branding produk)

Pada metode ini mahasiswa KKN menentukan kemasan yang sesuai dengan bentuk dan ukuran produk, serta mahasiswa KKN juga menyusun dan mendesain logo branding produk UMKM bonggolan yang sesuai dengan kualifikasi produk, kemudian mahasiswa KKN meminta saran dan evaluasi kepada pemilik UMKM Bonggolan terkait dengan desain logo branding yang telah dibuat.
- d. Langkah 4 (Metode pengimplementasian kemasan dan logo kepada produk Bonggolan)

Pada metode ini mahasiswa KKN membagikan kemasan dan logo yang telah dibuat ke rumah para pemilik UMKM yang sebelumnya sudah menyetujui rencana program kerja prodi Manajemen. Kemudian Mahasiswa KKN melakukan

pendampingan tentang cara menggunakan kemasan dan logo itu pada produk Bonggolan.

e. Langkah 5 (Metode evaluasi)

Evaluasi dilakukan dengan wawancara terkait pemahaman para pemilik UMKM Bonggolan terhadap cara menggunakan kemasan produk dan pentingnya suatu kemasan yang menarik bagi produk. Setelah itu dilakukan diskusi untuk perkembangan keberlangsungan usaha yang dijalankan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan program KKN yang dilaksanakan selama 26 hari. Dimulai dari tanggal 15 Januari 2024 – 10 februari 2024. Untuk kegiatan pertama KKN yaitu melakukan program kerja prodi kemudian dilanjutkan dengan program kerja umum. Kegiatan KKN Reguler Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik untuk pengabdian masyarakat terletak di Desa Puwodadi. Dalam 1 kelompok dijalankan oleh 15 mahasiswa yang terkumpul dari berbagai program studi. Dalam program kerja manajemen dijalankan oleh 4 mahasiswa.

Program kerja studi Manajemen bertujuan untuk membantu dalam pengembangan produk melalui inovasi packaging atau kemasan produk. Kegiatan yang dilaksanakan oleh peserta KKN program studi Manajemen di Desa Purwodadi yakni Repacking Produk UMKM (Bonggolan). Dimana manfaat dari program kerja studi manajemen adalah untuk menyadarkan tentang bagaimana pentingnya desain dan packaging pada suatu produk. Dan juga perlunya memperhatikan faktor warna, gaya penulisan, logo produk, dan lainnya dalam membuat desain kemasan sehingga dapat menarik minat beli konsumen.

Sebelum program ini dilaksanakan, peserta KKN terlebih dahulu berbaur dengan masyarakat sekitar melalui kegiatan ibu-ibu PKK dan survey dengan memberikan pemahaman informasi kepada para pemilik UMKM mengenai betapa pentingnya desain kemasan untuk strategi pemasaran produk pada saat ini.

Dimana perkembangan persaingan produk semakin ketat dengan banyaknya kesadaran masyarakat dalam membuka usaha baru. Semakin banyaknya pesaing harusnya menjadi pertimbangan bagi pelaku usaha untuk melakukan inovasi terhadap produknya untuk memenangkan persaingan tersebut.

Tujuan utama kegiatan ini adalah untuk meningkatkan penjualan. Kemasan yang menarik dan menonjol dapat menarik perhatian pelanggan potensial di rak toko atau dalam iklan, sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian. Ini khususnya penting bagi UMKM yang harus bersaing dengan merek besar yang memiliki anggaran pemasaran yang lebih besar. Selain itu, repackaging juga dapat membantu meningkatkan persepsi nilai produk. Dengan menambahkan fitur tambahan, memperbarui desain kemasan, atau mengkomunikasikan manfaat produk secara lebih jelas, sebuah produk UMKM dapat dianggap lebih bernilai oleh konsumen. Hal ini bisa membantu meningkatkan harga jual dan margin keuntungan.

Repackaging juga dapat membantu UMKM menjangkau pasar baru atau segmen pasar yang berbeda. Dengan mengubah kemasan atau branding untuk menarik kelompok konsumen yang berbeda, produk yang sebelumnya mungkin hanya diminati oleh segmen pasar tertentu dapat menjadi lebih menarik bagi kelompok lainnya. Ini bisa dilakukan dengan penyesuaian

warna, desain, atau bahkan bahasa yang digunakan dalam kemasan dan promosi. Selain itu, repackaging dapat digunakan sebagai alat untuk mengikuti tren pasar atau perubahan dalam preferensi konsumen. Misalnya, jika terdapat pergeseran menuju kemasan ramah lingkungan atau kemasan yang lebih kecil untuk keperluan perjalanan, UMKM dapat memanfaatkan repackaging untuk memenuhi tuntutan tersebut.



Gambar 1: Foto Mahasiswa KKN pada saat melaksanakan survei kerumah pemilik UMKM di Desa Purwodadi



Gambar 2: Foto Mahasiswa KKN pada saat pengimplementasian program kerja Repackaging kemasan produk di rumah pemilik UMKM

KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Artikel ilmiah ini memperoleh hasil yang dapat ditarik kesimpulan bahwa program kerja yang telah direncanakan sebelumnya oleh Mahasiswa KKN Kelompok 9 Program Studi Manajemen ini diselesaikan secara bertahap oleh dan memperoleh hasil yang sesuai dengan yang diharapkan. Secara keseluruhan pengimplementasian tugas KKN ini berlangsung selama kurang lebih 26 hari. Dengan tugas KKN pertama yaitu dari program kerja prodi kemudian dilanjutkan dengan program kerja umum atau program kerja kelompok. Teknik kegiatan yang dilakukan oleh program kerja prodi manajemen yaitu dengan melakukan survey kondisi UMKM di Desa Purwodadi terlebih dahulu dengan berbaur dengan masyarakat sekitar melalui kegiatan ibu-ibu PKK dan survey dengan memberikan pemahaman informasi kepada para pemilik UMKM mengenai betapa pentingnya desain kemasan untuk strategi pemasaran produk pada saat ini.

Dengan adanya kegiatan KKN ini memiliki manfaat yaitu dalam pemberdayaan masyarakat desa Purwodadi dalam menguatkan perekonomian di desanya terutama para Pelaku UMKM. Artikel ini berisi informasi berupa pengembangan kemasan produk UMKM di desa Purwodadi dengan melakukan program kerja berupa kegiatan Repackaging Kemasan UMKM dari yang sebelumnya hanya kemasan sederhana bahkan ada yang belum memiliki label hingga sekarang memiliki kemasan produk yang lebih menarik. Sehingga dari program kerja yang direalisasikan dapat membuka pemahaman para pelaku UMKM tentang pentingnya memperhatikan desain dan packaging sebelum produk dipasarkan. Dan dari program yang telah direalisasikan para UMKM desa Purwodadi dapat lebih mengembangkan inovasi dan kreatifivitas terhadap bisnisnya terutama dalam desain kemasan produk yang jarang diperhatikan.

b. Saran

Dari keseluruhan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah direncanakan dan direalisasikan oleh Mahasiswa KKN, maka diharapkan perlu adanya tindak lanjut dari program ini, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat setempat. Salah satu contohnya dapat berupa sokongan materiil ataupun kebijakan perlindungan bagi para pelaku bisnis UMKM khususnya untuk para pelaku UMKM di Desa Purwodadi

DAFTAR PUSTAKA

- 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.
- Jatmiko, N. S. (2022). Strategi Pemasaran Ideal di Era Digital untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 4(2), 253-266.
- Pujoningrum, K., Widyawati, E. R., Armiawan, M. E. P., & Praswati, A. N. (2022). Penerapan Desain Repacking dan Digital Marketing Rengginang Singkong Kelompok Wanita Tani Rukun Makaryo Desa Kedungdowo. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Radisi*, 2(3), 119-124.
- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Diana, S. N., Octavia, P., Azizah, V. A., Firmani, U., Rahim, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Sosialisasi Pemanfatan Tanaman Obat Keluarga Untuk Pencegahan Stunting. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 105–111.