

INOVASI PACKAGING UNTUK MENINGKATKAN PEMASARAN PRODUK UMKM DI DESA MOJOASEM

Alfina Nur Cahyani¹, Khouliyah Dwi Anggraini², Diniyah Fiha Ishaqo³, Diah Jerita Eka Sari⁴

^{1,2,3}Mahasiswa Program Studi Manajemen, ⁴Dosen Program Studi Ilmu Keperawatan,
Universitas Muhammadiyah Gresik

Email: alfinafina840@gmail.com

ABSTRAK

Pasar global terus berkembang dan persaingan bisnis semakin ketat sehingga mendorong para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk mencari cara baru dalam meningkatkan pemasaran produk mereka. Salah satu aspek yang penting dalam pemasaran adalah packaging atau kemasan produk. Packaging yang menarik dan inovatif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengembangkan inovasi packaging yang dapat meningkatkan pemasaran produk UMKM Desa Mojoasem. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dengan pemilik UMKM dan observasi langsung. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa UMKM Desa Mojoasem belum memanfaatkan potensi inovasi packaging secara maksimal. Banyak produk yang masih menggunakan kemasan konvensional yang kurang menarik dan tidak mencerminkan identitas produk dan nilai-nilai Desa Mojoasem. Penelitian ini mengusulkan sebuah inovasi packaging yang dapat diterapkan oleh UMKM Desa Mojoasem. Yaitu desain kemasan yang menarik dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Dengan menerapkan inovasi packaging yang diusulkan, diharapkan UMKM Desa Mojoasem dapat meningkatkan daya saing produk mereka di pasar global.

Keywords: Inovasi packaging, pemasaran produk, UMKM

ABSTRACT

The global market continues to grow and business competition is getting tighter, prompting owners of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to look for new ways to improve the marketing of their products. One important aspect of marketing is product packaging. Attractive and innovative packaging can provide a competitive advantage for MSMEs in attracting consumer attention and influencing purchasing decisions. This research aims to identify and develop packaging innovations that can improve the marketing of MSME products in Mojoasem Village. The methods used in this study are interviews with MSME owners and direct observation. The results of this study show that MSMEs in Mojoasem Village have not utilized the potential of packaging innovation optimally. Many products still use conventional packaging that is less attractive and does not reflect the identity of the product and the values of Mojoasem Village. This research proposes a packaging innovation that can be applied by MSMEs in Mojoasem Village. That is, an attractive packaging design can be an attraction for consumers. By implementing the proposed packaging innovation, it is hoped that MSMEs in Mojoasem Village can increase the competitiveness of their products in the global market.

Keywords: Packaging innovation, marketing products

PENDAHULUAN

Menurut UUD 1945 kemudian dikuatkan melalui TAP MPR NO.XVI/MPRRI/1998 tentang Politik Ekonomi dalam rangka Demokrasi Ekonomi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan (Yuli Rahmini Suci, 2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau UMKM memiliki peran sentral dalam perekonomian Indonesia. Selain memiliki peran dalam penyerapan tenaga kerja dan pertumbuhan ekonomi Indonesia, UMKM juga berperan sebagai motor penggerak untuk mendistribusikan hasil pembangunan ke seluruh wilayah di Indonesia. Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian karena kontribusinya yang besar bagi perekonomian Indonesia. UMKM dianggap sebagai sektor yang tahan terhadap krisis keuangan global karena akses mereka yang kebanyakan bersifat konvensional (Mashadi & Munawar, 2021).

UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, terutama di daerah pedesaan. UMKM Desa Mojoasem adalah salah satu contoh UMKM yang berlokasi di daerah pedesaan Indonesia. UMKM tersebut memiliki beragam produk yang berkualitas, namun sering kali mereka menghadapi tantangan dalam memasarkan produk mereka secara efektif. Pasar global yang semakin kompetitif dan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah mengubah cara konsumen berinteraksi dengan produk. Salah satu aspek yang menjadi faktor penentu dalam keputusan pembelian konsumen adalah kemasan produk. Kemasan yang menarik dan inovatif dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi UMKM dalam memasarkan produk mereka dan menarik minat konsumen. Semakin menarik kemasan suatu produk, konsumen akan semakin tertarik (Aditya et al., 2024).

Secara umum, kemasan dapat didefinisikan sebagai bagian terluar yang membungkus suatu produk yang bertujuan untuk melindungi produk dari guncangan, cuaca, guncangan dan benturan-benturan terhadap benda lain. Sedangkan kemasan atau packaging adalah suatu bentuk barang yang membungkus suatu benda dengan tujuan untuk melindungi isinya. Kemasan biasanya dibentuk atau di desain sedemikian rupa agar dapat menampilkan image dan pandangan terhadap suatu isi produk sehingga pesan yang akan disampaikan akan dapat ditangkap oleh pemakai produk dengan baik. Selain untuk menampilkan pandangan yang baik, kemasan juga memiliki fungsi yang beragam (Mashadi & Munawar, 2021).

Namun sangat disayangkan UMKM yang tergolong dalam industri makanan rumahan belum dapat mengembangkan potensi pasarnya, hal ini disebabkan oleh; pengetahuan dasar mengenai pemasaran masih sangat terbatas terutama men-design kemasan. Sementara, desain kemasan adalah factor yang sangat penting karena desain kemasan tidak hanya berkaitan dengan estetika akan tetapi juga terkait dengan keamanan dan ketahanan dari produk tersebut (Najib et al., 2022). Mengapa harus menginovasikan packaging? Inovasi packaging memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya tarik dan kesuksesan pemasaran suatu produk. Di pasar yang penuh dengan persaingan, inovasi packaging dapat membantu produk membedakan diri dari pesaingnya. Dengan mengembangkan kemasan yang unik, menarik, dan berbeda dari produk sejenis, suatu produk memiliki peluang lebih besar untuk menarik perhatian konsumen (Diana et al., 2024). Inovasi packaging dapat mencakup desain kemasan yang kreatif, penggunaan bahan yang berbeda, atau fitur unik yang menarik perhatian

konsumen. Packaging yang inovatif dapat memberikan daya tarik visual yang kuat kepada konsumen. Desain yang menarik, penggunaan warna yang cerdas, dan elemen kreatif dalam kemasan dapat membuat produk lebih menonjol di rak dan memancing minat konsumen untuk memeriksanya lebih lanjut.

UMKM Desa Mojoasem memiliki potensi besar dalam menghasilkan produk berkualitas yang mencerminkan kekayaan budaya, tradisi, dan kearifan lokal. Namun, seringkali mereka menghadapi kendala dalam memasarkan produk-produk tersebut. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi tingkat daya tarik dan penjualan produk adalah kemasan yang digunakan. Saat ini, banyak UMKM Desa Mojoasem masih menggunakan kemasan konvensional yang kurang menarik dan tidak mencerminkan identitas produk dan nilai-nilai Desa Mojoasem. Dalam persaingan yang semakin ketat, hal ini dapat menjadi hambatan dalam memperoleh perhatian konsumen dan bersaing dengan produk sejenis yang sudah menggunakan kemasan yang lebih menarik dan inovatif. Masyarakat di Desa Mojoasem ini juga kurang kesadaran atas pentingnya suatu kemasan produk, bagi mereka produknya terjual pun sudah cukup. Tetapi, penjualannya hanya berada di lingkup desa saja. Selain itu, UMKM Desa Mojoasem juga belum memanfaatkan potensi teknologi dalam pengembangan kemasan produk. Teknologi seperti aplikasi canva dan pinterest dapat memberikan ide kreatif kepada produsen, seperti melihat template tentang kemasan produk atau konten untuk promosi. Dengan memanfaatkan teknologi ini, UMKM Desa Mojoasem dapat memberikan nilai tambah pada produk mereka dan menarik minat konsumen yang lebih luas.

Inovasi packaging dapat memberikan berbagai manfaat bagi UMKM Desa Mojoasem dalam meningkatkan pemasaran produk mereka. Pertama, packaging yang menarik dan inovatif dapat menarik perhatian konsumen dan membedakan produk UMKM Desa Mojoasem dari pesaingnya. Perancangan dan pembuatan desain kemasan digunakan untuk menentukan identitas. Pembuatan ini merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan brand image sebagai citra terhadap merek yang berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap sebuah merek (Sufaidah et al., 2022). Dengan mengembangkan packaging yang menarik dan inovatif, UMKM Desa Mojoasem dapat meningkatkan daya tarik produk mereka dan meningkatkan kemungkinan konsumen memilih produk mereka dibandingkan dengan produk pesaing. Selain itu, inovasi packaging juga dapat membantu UMKM Desa Mojoasem dalam memperluas pasar dan mencapai konsumen potensial yang lebih luas. Dalam era digital saat ini, banyak konsumen yang berbelanja online dan mencari produk melalui platform e-commerce. Packaging yang menarik dan inovatif dapat mempengaruhi pengalaman konsumen saat membeli produk secara online. Selain itu, packaging yang menarik juga dapat menjadi daya tarik yang kuat dalam pameran produk dan acara promosi. Dengan demikian, inovasi packaging dapat membantu UMKM Desa Mojoasem menjangkau konsumen baru dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Selanjutnya, inovasi packaging juga dapat memperkuat identitas dan brand produk UMKM Desa Mojoasem. Dalam persaingan yang semakin ketat, brand recognition atau pengenalan merek yang kuat menjadi kunci penting dalam membedakan produk dan membangun loyalitas konsumen. Dengan mengembangkan packaging yang mencerminkan

nilai-nilai dan identitas Desa Mojoasem, UMKM dapat membangun brand recognition yang kuat dan memberikan kontribusi positif terhadap citra dan reputasi produk mereka. Untuk mengembangkan inovasi packaging yang efektif, UMKM Desa Mojoasem dapat menggunakan beberapa metode dan pendekatan. Pertama, mereka dapat melakukan riset pasar untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen. Dengan memahami preferensi konsumen, UMKM dapat merancang kemasan yang sesuai dengan selera dan keinginan target pasar mereka. Selain itu, UMKM juga dapat melakukan benchmarking dengan produk sejenis yang sukses dalam memasarkan produk mereka melalui kemasan yang menarik dan inovatif. Dengan mempelajari strategi dan desain kemasan yang sukses dari pesaing, UMKM dapat mendapatkan wawasan berharga untuk mengembangkan kemasan mereka sendiri. Selanjutnya, UMKM Desa Mojoasem dapat bekerja sama dengan desainer grafis atau pakar dalam bidang desain kemasan. Desainer dapat membantu dalam merancang kemasan yang menarik dan sesuai dengan identitas produk dan nilai-nilai Desa Mojoasem. Mereka juga dapat memberikan ide-ide kreatif dan solusi inovatif untuk membedakan produk dari pesaing. Selain itu, UMKM dapat memanfaatkan teknologi dalam pengembangan kemasan produk mereka. Misalnya, mereka dapat menggunakan teknologi augmented reality untuk menciptakan pengalaman interaktif bagi konsumen. Dengan menggunakan aplikasi smartphone, konsumen dapat melihat animasi 3D atau informasi tambahan tentang produk secara langsung dari kemasan.

METODE

Metode awal yang dilakukan penulis dalam kegiatan Inovasi Packaging ini yaitu melalui pengamatan secara langsung, wawancara, dan dokumentasi. Dalam kegiatan penelitian ini dimana kami mengadakan suatu pengamatan secara langsung pada rumah si pemilik UMKM yang ada di Desa Mojoasem. Dilanjutkan dengan menggunakan metode wawancara melalui diskusi dan juga tanya jawab singkat dengan para pelaku usaha UMKM yang ada di Desa Mojoasem mengenai semua hal yang berkaitan dengan pengemasan produk yang mereka miliki. Kemudian juga menggunakan metode dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode sebelumnya yaitu metode observasi dan wawancara. Metode dokumentasi dilakukan dengan pengamatan secara langsung untuk melihat bagaimana kondisi kemasan dan gambaran pemasaran yang biasa dilakukan oleh para pelaku UMKM yang ada di Desa Mojoasem.

Setelah melakukan observasi dan juga wawancara, tahap selanjutnya adalah membantu dalam mendesain logo kemasan. Jika pemasaran produk tersebut diperluas, tidak menutup kemungkinan produk akan dijual ke luar daerah. Yang mana proses tersebut membutuhkan ketahanan produk yang lebih lama. Karena kemasan produk UMKM yang ada di Desa Mojoasem ini sangat sederhana dan seadanya maka diperlukan pembuatan logo yang baru sehingga masyarakat lebih mengenal dan tertarik dengan produk yang akan dibeli. Pengesana produk ini diperbaharui dengan ditambahkan logo baru. Karena pada dasarnya kemasan produk di Desa Mojoasem ini sudah cukup bagus tetapi kurang menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Daya tarik kemasan dapat dibagi menjadi dua kategori: daya tarik visual (estetika) dan daya tarik praktis (fungsionalitas). Daya tarik visual mengacu pada tampilan kemasan, termasuk elemen grafis. Daya tarik visual sendiri berkaitan dengan faktor emosional dan psikologis manusia. Desain yang baik harus menjadi sesuatu yang secara tidak sadar ditanggapi secara positif oleh konsumen. Daya tarik praktis (fungsional) adalah efektivitas dan efisiensi kemasan yang ditujukan untuk konsumen dan pengecer. Misalnya, untuk memudahkan penyimpanan dan penyajian produk (Rico Elhando Badri et al., 2022). Inovasi dalam bidang kemasan dapat memiliki dampak yang signifikan dalam memperbaiki efisiensi, keamanan, dan daya tarik produk. Di desa Mojoasem, inovasi packaging dapat menjadi faktor penting dalam pengembangan dan pemasaran produk-produk desa.

A. Peran Inovasi Packaging

Inovasi packaging ini memiliki peran yang penting untuk Desa Mojoasem dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan merek. Kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan pengalaman yang lebih baik kepada konsumen. Membuat packaging tidak hanya berkaitan dengan warna dasar yang digunakan tetapi juga desain dan informasi yang ada dimuat beserta packaging produk (Rimiyati & Munawaroh, 2021). Pemasaran dan Branding, kemasan juga berperan penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk dan merek. Inovasi dalam desain, bentuk, warna, dan material kemasan dapat membantu menarik perhatian konsumen, membedakan produk dari pesaing, dan mencerminkan nilai dan identitas merek.

Pada dasarnya kemasan memiliki fungsi sebagai pelindung bagi produk yang di kemas. Namun dalam perkembangannya, produsen membuat kemasan pada produknya dimaksudkan untuk menarik konsumen sehingga memiliki ketertarikan pada produk yang ditawarkannya. Kemasan juga dapat dipahami sebagai perlindungan bagi makanan sehingga dapat di bawa dari tempat produsen ke tempat konsumen dalam keadaan baik. Pengalaman Konsumen, inovasi dalam kemasan dapat memperkaya pengalaman konsumen dengan menawarkan fitur tambahan atau fungsionalitas yang berguna. Misalnya, kemasan yang mudah dibuka, kemasan yang bisa disegel kembali, atau kemasan yang memberikan kemudahan penggunaan atau penyimpanan produk. Inovasi ini dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan membangun loyalitas merek. Peran inovasi packaging ini terus berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, permintaan konsumen, dan tantangan keberlanjutan yang dihadapi industri. Inovasi dalam packaging memainkan peran penting dalam menjaga daya saing produk, mengurangi dampak lingkungan, dan memberikan nilai tambah bagi konsumen.

B. Potensi dan Tantangan

Desa Mojoasem memiliki potensi besar dalam mengembangkan produk-produk unggulan, seperti makanan tradisional dan produk perikanan. Namun, desa ini juga dihadapkan pada tantangan dalam hal pemasaran dan branding produk-produk tersebut. Salah satu cara untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan mengadopsi inovasi dalam kemasan produk. Di Desa Mojoasem ini kemasan produknya masih menggunakan kemasan sederhana dengan sticker yang kurang menarik.

C. Desain Kemasan yang Menarik

Kemasan adalah salah satu bidang dalam Desain Komunikasi Visual yang mempunyai banyak tuntutan khusus karena fungsinya yang langsung berhadapan dengan konsumen, antara lain tuntutan teknis, kreatif, komunikatif dan pemasaran yang harus diwujudkan ke dalam bahasa visual. Desain kemasan yang menarik dapat membantu produk desa Mojoasem bersaing dengan produk-produk lainnya di pasar. Desain kemasan yang menarik juga dapat mencerminkan nilai-nilai lokal dan keunikan produk desa Mojoasem, sehingga menarik minat konsumen. Disini kami membuat beberapa desain sticker yang menarik untuk produk Desa Mojoasem.





Proses desain logo dan label kemasan ini dilakukan melalui aplikasi Canva. Dengan Canva, mereka dapat dengan mudah mengedit logo, materi pemasaran, atau kemasan produk mereka sendiri tanpa memerlukan keahlian khusus dalam desain grafis, mendukung inisiatif kreatif dan pemasaran untuk memajukan bisnis mereka (Jombang, 2024). . Canva merupakan program design online yang menyediakan berbagai alat editing untuk membuat berbagai desain grafis, seperti poster, flyer, infografik, banner, kartu undangan, presentasi, sampul Facebook, dan yang lainnya, termasuk menjadi alat dalam mengedit foto karena terdapat photo editor, photo filters, photo frame, stickers, icon, dan desain grids, mudah dipahami meskipun masih pemula (Poerna Wardhanie et al., 2021).

D. Fungsionalitas Kemasan

Selain menarik secara visual, inovasi packaging juga harus memperhatikan fungsionalitas kemasan. Fungsionalitas kemasan meliputi kemudahan penggunaan, perlindungan produk, dan kemampuan menjaga kesegaran produk. Dalam konteks desa Mojoasem, kemasan yang kokoh dan tahan lama dapat membantu produk bertahan dalam proses distribusi yang mungkin melibatkan perjalanan jarak jauh.

E. Promosi Melalui Kemasan

Promosi tidak dapat dipisahkan dari pemasaran karena promosi itu sendiri merupakan salah satu elemen penting pemasaran (marketing mix) (Purnomo et al., 2013). Sebuah promosi tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak ada suatu media penunjang kuat yang mempromosikan suatu produk. Salah satu media yang paling efektif untuk mempromosikan suatu produk pada zaman ini khususnya produk makanan adalah melalui gambar-gambar visual yang terdapat pada produk tersebut, karena didalam media kemasan tersebut terdapat unsur gambar-gambar yang menjadikan produk tersebut mudah diingat (Kajian et al., 2023). Kemasan yang tidak up-to-date akan memberikan kesan produk anda ketinggalan jaman, kecuali jika memang produk anda sudah dikenal luas dan memiliki brand awareness yang kuat. Salah satu cara persaingan produk adalah dengan melakukan promosi. Promosi melalui kemasan biasanya terbentuk dari desain grafis pada kemasan seperti katakata yang sederhana misalnya “Ekstra 50%” yang dicetak pada kemasan. Promosi juga dapat berupa pesan yang berkaitan dengan kearifan lokal, keunggulan produk, atau komposisi produk jika mengkonsumsi produk tersebut (Naufalina et al., 2021). Desa

Mojoasem dapat menggabungkan elemen-elemen promosi, seperti logo, slogan, dan informasi produk yang menarik dalam desain kemasan.

Dengan demikian, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat menarik konsumen potensial. Promosi melalui kemasan, juga dikenal sebagai "promosi di tempat pembelian" atau "promosi di titik penjualan," merupakan strategi pemasaran di mana informasi atau pesan promosi disampaikan kepada konsumen melalui kemasan produk. Ini adalah cara efektif untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan mempengaruhi keputusan pembelian di tempat pembelian. Berikut beberapa contoh cara promosi yang dapat dilakukan melalui kemasan: Label dan Informasi Produk, kemasan produk Desa Mojoasem setelah dikembangkan mencakup label yang menyoroti fitur unik atau manfaat produk, informasi pemesanan, dan keunggulan produk. Informasi yang jelas dan menarik pada kemasan dapat membantu konsumen membuat keputusan yang lebih terinformasi dan meningkatkan persepsi nilai produk. Kedua, desain Kemasan yang Menarik: Desain kemasan yang menarik dan mencolok dapat menarik perhatian konsumen di rak toko dan membedakan produk dari pesaing. Penggunaan warna, grafis, dan elemen desain yang menarik dapat menciptakan daya tarik visual dan mempengaruhi keputusan pembelian impulsif.

F. Kolaborasi dengan Desainer dan Ahli Kemasan

Untuk menghasilkan inovasi packaging yang optimal, desa Mojoasem dapat melakukan kolaborasi dengan desainer dan ahli kemasan. Desainer dan ahli kemasan dapat membantu desa dalam mengembangkan kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk dan target pasar. Kolaborasi ini juga dapat membantu desa meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam bidang inovasi packaging.





G. Pengujian dan Evaluasi

Setelah mengembangkan inovasi packaging, desa Mojoasem perlu melakukan pengujian dan evaluasi terhadap kemasan tersebut. Pengujian dapat melibatkan aspek-aspek seperti kekuatan kemasan, keamanan produk, dan daya tahan kemasan terhadap kondisi eksternal. Evaluasi yang dilakukan secara berkala juga dapat membantu desa dalam melakukan perbaikan dan penyesuaian terhadap inovasi packaging yang telah dilakukan.

H. Peningkatan Kompetensi dan Kapasitas

Pengembangan inovasi packaging juga perlu diiringi dengan peningkatan kompetensi dan kapasitas desa Mojoasem dalam hal pemasaran dan branding. Desa dapat mengadakan pelatihan dan workshop bagi para pelaku usaha desa untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya inovasi packaging dan bagaimana mengimplementasikannya secara efektif.

I. Pengaruh Inovasi Packaging terhadap Pemasaran dan Ekonomi Desa

Dengan menerapkan inovasi packaging yang berhasil, desa Mojoasem dapat mengalami dampak positif dalam pemasaran dan ekonomi desa. Kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk desa Mojoasem di pasar, menarik minat konsumen, dan meningkatkan penjualan. Selain itu, inovasi packaging juga dapat membantu memperluas jangkauan pasar, baik secara regional maupun internasional, yang pada gilirannya akan memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi desa. Memperluas pasar dan distribusi, dengan melakukan inovasi packaging memungkinkan produk untuk didistribusikan melalui saluran penjualan yang berbeda, seperti melalui whatsapp. Meningkatkan kesadaran merk, desain kemasan yang menarik dan kreatif dapat membantu Desa Mojoasem dalam membangun citra merk yang kuat dan memperkuat kesan positif terhadap produk. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kesadaran merk di kalangan konsumen dan membantu menciptakan loyalitas merk. Meningkatkan Daya Saing Produk: Inovasi dalam packaging dapat membantu produk dari desa Mojoasem menjadi lebih menarik dan berbeda dari produk sejenis dari daerah lain. Dengan desain kemasan yang menarik dan fungsional, produk dapat menarik perhatian konsumen di pasar yang semakin kompetitif. Hal ini dapat membantu meningkatkan daya saing produk dan memperluas pangsa pasar.

Inovasi packaging di desa Mojoasem memiliki potensi untuk meningkatkan pemasaran, daya tarik produk, dan pertumbuhan ekonomi desa. Dengan memperhatikan desain kemasan yang menarik, fungsionalitas, keberlanjutan, dan kemampuan promosi, desa Mojoasem dapat mencapai keunggulan kompetitif dan memperluas pasar untuk produk-produk unggulan mereka. Kolaborasi dengan desainer dan ahli kemasan serta evaluasi yang terus-menerus juga penting untuk memastikan keberhasilan inovasi packaging. Dengan adanya upaya yang berkelanjutan dan peningkatan kapasitas, desa Mojoasem dapat menjadi contoh yang sukses dalam menerapkan inovasi packaging untuk pengembangan produk desa yang lebih baik.



KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan:

Dalam artikel ini, kami telah membahas inovasi packaging sebagai strategi untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Mojoasem. Berdasarkan analisis yang dilakukan, kami dapat menyimpulkan bahwa inovasi packaging memiliki peran yang penting dalam menarik minat konsumen, membedakan produk dari pesaing, dan meningkatkan nilai jual produk UMKM di pasar. Inovasi packaging dapat memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan pemasaran produk UMKM di Desa Mojoasem. Melalui pengembangan kemasan yang menarik, fungsional, dan berbeda, UMKM dapat membedakan diri mereka di pasar yang semakin kompetitif dan menarik perhatian konsumen. Inovasi dalam packaging juga dapat membantu meningkatkan kesadaran merek, memperluas pasar, memberikan nilai tambah pada produk, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Namun, keberhasilan penerapan inovasi packaging ini bergantung pada pemahaman yang baik tentang kebutuhan konsumen, keberlanjutan lingkungan, strategi pemasaran yang efektif, dan kolaborasi dengan pihak terkait. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor ini, UMKM di Desa Mojoasem dapat memanfaatkan potensi inovasi packaging untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran produk mereka dan memperkuat ekonomi desa.

Pertama, inovasi packaging dapat memberikan daya tarik visual yang kuat. Desain kemasan yang menarik dan estetis dapat menarik perhatian konsumen dan membuat produk UMKM menjadi lebih menonjol di rak-rak toko. Konsumen sering kali memilih produk berdasarkan penampilannya, dan inovasi packaging dapat menjadi faktor utama yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kedua, inovasi packaging juga dapat membantu

membedakan produk dari pesaing. Dalam pasar yang kompetitif, banyak produk serupa yang ditawarkan oleh berbagai merek. Namun, dengan mengadopsi inovasi packaging yang unik, UMKM dapat menciptakan identitas merek yang kuat dan membedakan diri dari pesaing. Hal ini dapat meningkatkan kesadaran merek dan loyalti konsumen terhadap produk UMKM. Ketiga, inovasi packaging juga dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM di pasar. Dengan mengemas produk dengan cara yang menarik dan eksklusif, UMKM dapat memberikan kesan bahwa produk mereka memiliki nilai yang lebih tinggi. Hal ini dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan memungkinkan UMKM untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

Saran:

Berikut ini adalah beberapa saran yang dapat diimplementasikan oleh UMKM di Desa Mojoasem untuk mengadopsi inovasi packaging dan meningkatkan pemasaran produk:

1. Melakukan riset pasar: Sebelum mengadopsi inovasi packaging, UMKM perlu melakukan riset pasar untuk memahami preferensi dan tren konsumen terkait kemasan produk. UMKM di Desa Mojoasem harus melakukan riset pasar yang mendalam sebelum mengembangkan inovasi packaging. Dengan memahami apa yang diinginkan oleh konsumen, UMKM dapat menciptakan desain kemasan yang sesuai dan menarik bagi target pasar mereka.
2. Berkolaborasi dengan desainer grafis: UMKM dapat bekerja sama dengan desainer grafis profesional untuk menciptakan desain kemasan yang menarik dan estetis. Desainer grafis dapat membantu menggambarkan identitas merek dan nilai produk dengan lebih baik melalui elemen desain yang tepat.
3. Membuat kemasan fungsional: Selain penampilan yang menarik, UMKM juga perlu mempertimbangkan fungsionalitas kemasan. Kemasan yang mudah digunakan, tahan lama, dan melindungi produk dengan baik akan meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat kredibilitas merek.
4. Mempromosikan inovasi packaging: Setelah mengadopsi inovasi packaging, UMKM harus memastikan bahwa mereka mempromosikan perubahan ini dengan baik. Menggunakan media sosial, situs web, dan saluran pemasaran lainnya, UMKM dapat membagikan cerita di balik inovasi packaging mereka, menampilkan desain yang baru, dan menjelaskan manfaat yang didapat oleh konsumen.

Dengan menerapkan saran-saran ini, UMKM di Desa Mojoasem dapat memanfaatkan potensi inovasi packaging untuk meningkatkan pemasaran produk mereka. Dalam melakukan hal ini, UMKM harus memahami kebutuhan konsumen, mengembangkan desain kemasan yang menarik dan fungsional, memperhatikan keberlanjutan lingkungan, menjalin kemitraan dengan perusahaan kemasan atau pemasok, menerapkan strategi pemasaran yang efektif, dan mengikuti perkembangan teknologi terkait inovasi packaging. Dengan langkah-langkah ini, UMKM di Desa Mojoasem dapat membedakan diri mereka di pasar, meningkatkan daya saing produk, memperluas pasar, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Inovasi packaging dapat menjadi kunci kesuksesan bagi UMKM di Desa Mojoasem untuk mencapai keberhasilan dalam pemasaran produk mereka dan memperkuat ekonomi desa secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- 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 Pemanfaatan Tanaman Obat Keluarga Untuk Pencegahan Stunting. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 105–111.
- Jombang, K. (2024). *Inovasi Kemasan Produk Kerupuk Kulit Kopi di Desa*. 7(1), 346–352.
- Kajian, J., Jurnal, P., Pariwisata, K., Destian Pratama, S., Adityawan, O., & Fathurrizky, A. (2023). *Perancangan Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Produk Kuliner Tradisional Article history*. 05(1), 11–19.
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115–120. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Naufalina, F. E., Nugraha, G., & Soedewi, S. (2021). Desain Kemasan Sebagai Media Promosi Studi Kasus Shenry Kelom Geulis Tasikmalaya. *Wacadesain*, 2(1), 8–15. <https://doi.org/10.51977/wacadesain.v2i1.507>
- Poerna Wardhanie, A., Fahminnansih, F., & Rahmawati, E. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Canva untuk Desain Grafis dan Promosi Produk pada Sekolah Islami berbasis Kewirausahaan. *Society : Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 51–58. <https://doi.org/10.37802/society.v2i1.170>
- Purnomo, N. C., Ardana, I. G. N., & Handoko, C. T. (2013). Perancangan Kemasan Dan Media Promosi Kue Gandjelrel Khas Kota Semarang. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(2), 1–7.
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Ukm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Rimiyati, H., & Munawaroh, M. (2021). Branding Dan Inovasi Packaging Pengrajin Minuman Jamu Tradisional. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 758–765. <https://doi.org/10.18196/ppm.23.379>
- Sufaidah, S., Munawwarah, Aminah, N., Ayu Prasasti, M., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152–156.
- Yuli Rahmini Suci. (2008). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. *UU No. 20 Tahun 2008*, 1, 1–31.