

STRATEGI PENINGKATAN DAYA SAING DAN NILAI TAMBAH MELALUI SOSIALISASI DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM DI DESA SIRNAJAYA

Andi Arfian¹, Juarmi Siregar², Syafrianto³

^{1,2,3} Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas NusaMandiri
e-mail: ¹andi.afn@nuamandiri.ac.id; ²juarmi.jsr@nusamandiri.ac.id; ³syafrianto.yfr@nusamandiri.ac.id

Abstrak

Desa Sirnajaya, Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor memiliki potensi besar untuk mengembangkan produk UMKM guna meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Oleh karena itu, diluncurkan inisiatif informasi untuk mempromosikan produk UMKM dan meningkatkan penjualan. Tujuannya untuk meningkatkan daya saing dan nilai tambah produk UMKM di Desa Sirnajaya, Sukamakmur, Kabupaten Bogor melalui sosialisasi desain kemasan. Karena urgensinya, maka penting untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk melalui desain kemasan yang menarik dan fungsional. Sosialisasi diharapkan dapat memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta UMKM untuk merencanakan dan melaksanakannya secara efektif. Dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan daya saing produk UMKM di pasaran, dan meningkatkan nilai tambah produk dengan meningkatkan persepsi konsumen terhadap produk tersebut, maka hasil pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat meningkatkan kualitas usaha melalui desain kemasan yang menarik dari hasil Sosialisasi didapat 70% peserta berminat menunaka pch stang denga stiker kareana harga lebih murah dan efisien diharapkan usaha masyarakat desa semakin berkelanjutan dan berkembang. Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa sosialisasi desain kemasan produk UMKM Desa Sirnajaya berpengaruh positif terhadap pertumbuhan daya saing produk, pendapatan dan rasa bermasyarakat. kesejahteraan Dengan demikian, kegiatan ini berhasil mencapai tujuan peningkatan nilai tambah dan daya saing UKM di desa Sirnajaya.

Kata kunci: UMKM, Packaging, Produk Desa, Sirnajaya

Abstract

Sirnajaya Village, Sukamakmur District, Bogor Regency has great potential to develop MSME products to improve the economy of the local community. Therefore, an information initiative was launched to promote MSME products and increase sales. The aim is to increase the competitiveness and added value of MSME products in Sirnajaya Village, Sukamakmur, Bogor Regency through socialization of packaging design. Because of the urgency, it is important to improve the quality and attractiveness of products through attractive and functional packaging designs. The socialization is expected to provide understanding and skills to MSME participants to plan and implement it effectively. By improving product quality, increasing the competitiveness of MSME products on the market, and increasing the added value of products by increasing consumer perceptions of these products, the results of community service are expected to improve business quality through attractive packaging designs. From the results of the socialization, 70% of participants were interested in implementing them. PCH handlebars with stickers because the price is cheaper and more efficient, it is hoped that village community businesses will be more sustainable and develop. The results of community service activities show that the socialization of packaging design for Sirnajaya Village MSME products has a positive effect on the growth of product competitiveness, income and sense of community. welfare. Thus, this activity succeeded in achieving the goal of increasing added value and competitiveness of SMEs in Sirnajaya village.

Keywords: UMKM, Packaging, Village products, Sirnajaya

PENDAHULUAN

Produk usaha desa memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat desa dan perekonomian nasional. Namun, dalam kenyataannya, produk-produk usaha desa sering kali menghadapi berbagai kelemahan yang dapat menghambat daya saing dan pertumbuhan ekonominya. Beberapa kelemahan utama yang sering dihadapi oleh produk usaha desa meliputi kualitas produk yang tidak konsisten, desain dan kemasan yang kurang menarik, serta keterbatasan dalam pengetahuan dan teknologi (Faradisha et al., 2024). Kualitas produk yang dihasilkan oleh usaha desa sering kali bervariasi. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan dalam pengetahuan tentang standar produksi dan kurangnya akses terhadap teknologi modern. Ketidakonsistenan kualitas produk ini membuat produk desa sulit bersaing dengan produk lain yang lebih terstandar di pasar (Mardiana & Puspitasari, n.d.). Desain dan kemasan produk memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk. Banyak produk desa masih menggunakan kemasan tradisional yang sederhana dan kurang menarik, sehingga sulit bersaing dengan produk lain yang memiliki desain kemasan yang lebih modern dan menarik. Kurangnya pemahaman tentang pentingnya desain kemasan juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan produk desa kurang diminati di pasar yang lebih luas. Keterbatasan pengetahuan dan teknologi merupakan tantangan besar bagi pengembangan produk usaha desa. Banyak pelaku usaha desa belum memiliki akses yang memadai terhadap informasi, pelatihan, dan teknologi yang dapat membantu meningkatkan efisiensi produksi dan kualitas produk (Soleh, 2017).

Kurangnya pemanfaatan teknologi modern juga membuat usaha desa tertinggal dalam persaingan dengan usaha lain yang lebih maju (Surya, Gusriani, & Irianingsih, 2020). Dampak dari Kelemahan-Kelemahan ini tersebut berdampak langsung pada daya saing produk usaha desa. Produk yang tidak konsisten kualitasnya, dikemas dengan cara yang kurang menarik, dan dihasilkan dengan teknologi yang terbatas cenderung sulit untuk bersaing di pasar lokal maupun nasional. Akibatnya, pertumbuhan ekonomi desa terhambat dan potensi besar yang dimiliki oleh produk usaha desa tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Untuk mengatasi permasalahan ini, diperlukan berbagai upaya dan solusi yang konkret. Yaitu dengan Peningkatan daya saing produk usaha desa melalui desain kemasan yang menarik dan penerapan pengetahuan serta teknologi yang tepat menjadi fokus utama (Susanti, 2020). Beberapa langkah yang dapat dilakukan meliputi pelatihan desain kemasan, kolaborasi dengan desainer profesional, penyediaan akses ke teknologi modern, dan peningkatan kapasitas pengetahuan pelaku usaha desa. Dengan mengatasi kelemahan-kelemahan ini, diharapkan produk usaha desa dapat meningkatkan daya saingnya di pasar yang lebih luas, sehingga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi desa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat (Dewi, 2022).

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait Sosialisasi Teknik Pengemasan Barang bagi UMKM tersebut dilaksanakan di Aula Wisata Rawa Gede Desa Sirnajaya Kabupaten Bogor, pada Rabu 1 Mei 2024 pukul 09.00 s/d 11.00 WIB. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul “Strategi Meningkatkan Daya Saing dan Nilai Tambah Melalui Sosialisasi Desain Packaging Produk UMKM Desa Sirnajaya Kabupaten Bogor” dilakukan dengan workshop dan sosialisasi pengetahuan umum tentang teknik pengemasan untuk produk UMKM seperti makanan dan minuman, pengetahuan umum tentang kemasan, dan cara pembuatannya. Desain merk atau Brand Kemasan Kemudian dilakukan sosialisasi terhadap pelaku usaha maupun penyedia dan pelaku usaha UMKM di sekitar Desa Sirnajaya. Sebelum kegiatan Pengabdian kepada masyarakat (PkM) dilaksanakan, pada tahap awal tim melakukan observasi dan wawancara. Responden dalam PkM ini meliputi kepala desa dan masyarakat dari kelompok tani dan usaha. Sedangkan metode kegiatan yang diusulkan adalah memberikan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan berupa edukasi dan strategi pengolahan pemasaran dan desain kemasan produk kopi hingga

menjadi sebuah produk UMKM yang berkemasan dengan merk kopi (Brand).(Wisudawati et al., 2020)



Gambar1. Aparat Desa SirnaJaya

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dari kegiatan PKM ini adalah untuk membantu para penjual UMKM dalam meningkatkan kualitas produk, meningkatkan daya tarik produk, dan mematuhi peraturan yang berlaku. Mempersiapkan Materi Sosialisasi Tahap persiapan merupakan langkah penting dalam mengembangkan materi sosialisasi yang efektif untuk teknologi pengemasan dan pelabelan bagi penjual UMKM. Materi informasi teknologi pengemasan dan pelabelan bagi penjual UMKM harus memuat informasi yang lengkap dan bermanfaat. Berikut ini penjelasan mengenai materi sosialisasi yang digunakan.

1. Mensosialisasikan Kegiatan Komunitas: Melakukan kegiatan di komunitas atau kelompok tertentu yang menjadi target pasar potensial. Ini bisa berupa Sosilaisai Ke pengunjung tempat wisata atau membuat banner ilan produk di tempat strges desa.sosial lainnya di mana produk atau layanan dapat diperkenalkan.
2. Media Sosial Menggunakan platform media sosial untuk memperkenalkan produk atau layanan, serta berinteraksi dengan calon konsumen. Strategi ini mencakup membuat konten yang menarik, beriklan secara terarah, dan berpartisipasi dalam diskusi online.
3. Pameran dan Bazar: Mengikuti pameran atau bazar yang relevan dengan produk atau layanan yang ditawarkan. Ini memberi kesempatan untuk langsung berinteraksi dengan calon konsumen, menampilkan produk secara langsung, dan menjelaskan manfaatnya.
4. Door-to-Door Marketing Melakukan kunjungan langsung ke rumah atau tempat kerja calon konsumen untuk memperkenalkan produk atau layanan. Pendekatan ini membutuhkan kehati-hatian dan keprofesionalan untuk memastikan kenyamanan calon konsumen.
5. Kemitraan dengan Toko /Tempat Wisata Outlet atau Bisnis Lokal (Restourant /Rumah Makan Menjalin kemitraan dengan toko atau bisnis lokal yang sudah memiliki basis pelanggan yang mapan. Hal ini bisa membantu untuk mengenalkan produk atau layanan kepada pelanggan yang sudah ada.



Gambar 2 Desain Packaging Sederhana



Gambar.3 Packaging Modern

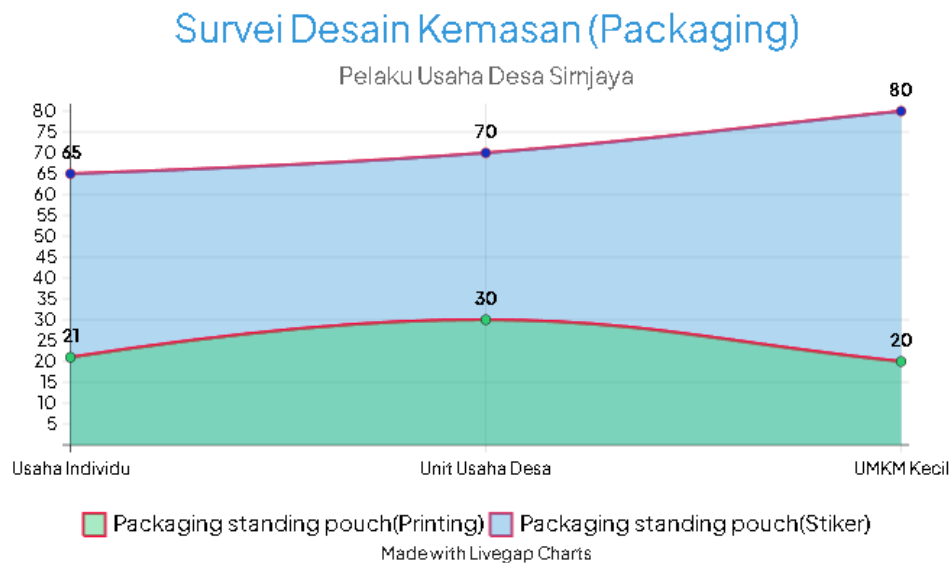
Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi didapat (Gambar 1) Dengan demikian, investasi dalam kemasan dengan desain yang sederhana dan menarik tidak hanya dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen tetapi juga menawarkan berbagai manfaat ekonomi dan fungsional bagi produsen. salah satu alasan utama adalah :

1. Kemasan yang sederhana namun menarik dapat lebih mudah menarik perhatian konsumen di rak toko yang penuh dengan produk lain.
2. Memudahkan Peningkatan: Desain yang sederhana cenderung lebih mudah diingat oleh konsumen, membantu meningkatkan brand recall.
3. Penghematan Biaya: Desain kemasan yang sederhana umumnya lebih murah untuk diproduksi dibandingkan desain yang rumit dan penuh dengan detail.
4. Efisiensi Material: Menggunakan bahan yang lebih sedikit dan desain yang efisien dapat mengurangi biaya material dan produksi. Karena kemasan tersebut mudah dicari dan mudah dilakukan perubahan kemasan dengan menggunakan Stiker (Gambar 2)



Gambar. 4. Kegiatan Sosialisasi Dosen Dan Mahasiswa

Dari Sebagian Pendapat (Gambar 5) dari peserta sebagian besar Pemanfaatan Pouch Standing polos dan Stiker Desain lebih murah dan menarik digunakan untuk memberikan pemahaman tentang teknik pengemasan dan pelabelan yang mudah diterima oleh penjual UMKM sangat penting. Dengan desain dan gambar yang menarik, informasi dapat lebih tersampaikan secara efektif. Berikut beberapa contoh penjelasan gambar yang dapat digunakan booklet kemasan untuk UMKM yaitu: 1) Fungsi kemasan adalah pelindung, pencegahan dan presentasi; 2) Contoh pemberian label dan penandaan berupa simpanan pada a stiker tempat sejuk, barang rapuh, petunjuk atas, dll.; 3) jenis kemasan berupa kemasan plastik, kaleng, karton, botol, dll. Untuk hasil desain produk kopi dan Pisang UMKM dan terdapat 2 jenis yaitu desain sederhana Kemudahan Penyimpanan dan Penggunaan: Standing pouch mudah disimpan dan digunakan oleh konsumen. Desain yang dapat berdiri sendiri juga meningkatkan kenyamanan dalam penyimpanan dan penampilan di rak. Kedap Udara dan Tahan Lama: Standing pouch biasanya dirancang untuk melindungi produk dari udara dan kelembaban, menjaga kualitas produk lebih lama. Penampilan Profesional: Branding Konsisten: Stiker dapat membantu menjaga branding yang konsisten pada semua produk, meskipun kemasannya sama. Citra Profesional: Desain stiker yang profesional dapat meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Dengan semua keuntungan ini, penggunaan standing pouch dengan stiker dapat menjadi strategi kemasan yang efisien, fleksibel, dan menarik bagi berbagai jenis produk dan bisnis.



Gambar 5. Hasil Surver Peserta

SIMPULAN

Kegiatan PKM yang dilaksanakan oleh Dosen Dan mahasiswa Pada pelaku Usaha Di Desa Sirnjaya bertujuan Peningkatan Daya Saing Produk: Daya Tarik Konsumen: Kemasan yang menarik dapat membuat produk UMKM lebih menarik bagi konsumen, baik lokal maupun di pasar yang lebih luas. Pembedaan di Pasar: Produk dengan kemasan yang menarik dan profesional dapat lebih mudah dibedakan dari produk pesaing, membantu UMKM menonjol di pasar. Peningkatan Penjualan, Peningkatan Minat Beli: Kemasan yang menarik dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, sehingga meningkatkan penjualan produk, Penetrasi Pasar Baru: Kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar dapat membantu produk UMKM masuk ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar modern dan e-commerce. Dengan demikian, inisiatif penggunaan kemasan yang menarik dalam kolaborasi antara masyarakat dan pelaku usaha desa (UMKM) dapat memberikan dampak positif yang signifikan, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan..

SARAN

Pelaku Usaha umkm harus mengikuti berbagai pameran, bazaar, dan acara komunitas untuk memamerkan produk dengan kemasan baru. Ini memberi kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan konsumen., Sampel Gratis: produk dalam kemasan baru kepada pengunjung Wisata atau Tempat Restourant atau pubkic area sekitar desa yang banyak terdapat dunia usaha untuk membangun kesadaran dan minat. Dengan mengimplementasikan strategi-strategi ini, UMKM dapat meningkatkan visibilitas dan daya tarik produk dengan kemasan baru, serta mendorong penjualan yang lebih tinggi melalui sosialisasi yang efektif.

UCAPAN TERIMA KASIH

kepada Bapak Kepala Desa Sirnajaya atas dukungan, bimbingan, dan arahan yang telah diberikan kepada kami. Peran serta Bapak dalam setiap kegiatan dan program desa sangat berharga bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat kita., Kami juga ingin menyampaikan apresiasi yang mendalam kepada seluruh pelaku usaha di Desa Sirnajaya. Tanpa partisipasi aktif dan kerja keras Bapak/Ibu sekalian, banyak pencapaian yang tidak mungkin terwujud. Inovasi, dedikasi, dan

semangat yang Anda tunjukkan dalam menjalankan usaha dan berkolaborasi dalam setiap program desa sangatlah menginspirasi. Penulis mengucapkan terima kasih kepada instansi yang telah memberi dukungan terhadap pengabdian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, H. S. (2022). Hanna shara dewi SMART FARMING TEKNOLOGI MONITORING PRODUKSI DAN PEMASARAN KEBUN ORGANIK. *Jusikom : Jurnal Sistem Komputer Musirawas*, 7(1), 20–31. <https://doi.org/10.32767/jusikom.v7i1.1587>
- Faradisha, F. E., Faradisha, F. E., Sholikhah, A., Laiya, I. T., Hanum, F. A., Ulama, U. N., ... Porong, K. (2024). *Strategi Pemasaran Modern Baso Aci Qiara Porong : Inovasi Kemasan dan Penggunaan Media Digital*. 2(2), 59–66.
- Mardiana, C., & Puspitasari, R. (n.d.). *PENGEMBANGAN DESAIN PRODUK UNGGULAN IKM DI KABUPATEN MALANG JAWA TIMUR YANG BERDAYA SAING TINGGI* Christin Mardiana, ST. Ratna Puspitasari, ST., MT.
- Soleh, A. (2017). Strategi Pengembangan Potensi Desa. *Jurnal Sungkai*, 5(1), 32–52. Retrieved from <http://e-journal.upp.ac.id/index.php/sungkai/article/viewFile/1181/893>
- Surya, S., Gusriani, N., & Irianingsih, I. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Brand Loyalty Gojek Indonesia dengan Efek Mediator Menggunakan Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *Jurnal Matematika Integratif*, 16(2), 127. <https://doi.org/10.24198/jmi.v16.n2.29248.127-137>
- Susanti, E. (2020). Pelatihan Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Usaha Berbasis Teknologi Pada Umkm Di Desa Sayang Kecamatan Jatinangor. *Sawala : Jurnal Pengabdian Masyarakat Pembangunan Sosial, Desa Dan Masyarakat*, 1(2), 36. <https://doi.org/10.24198/sawala.v1i2.26588>
- Wisudawati, T., Sulistyowati, E., Studi, P., Industri, T., Duta, U., Surakarta, B., ... Surakarta, B. (2020). Pelatihan Perancangan Kemasan Untuk Meningkatkan Kualitas Produk Di Pabrik Krupuk SGM Mulya. *Aptekmas*, 3(3), 6–13.