

INOVASI PEMBUATAN KEMASAN KUE KERING UNTUK PENINGKATAN PENJUALAN PADA UMKM DI KELURAHAN AWANG TANGKA

Samsul Bahri¹, Suriyati², Abd. Muhaemin Nabir⁴, Chaerul Sani⁵, Salam⁶

^{1,2,3,4,5}Fakultas Ekonomi Dan Hukum Islam, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

Email: samsulbahri300499@gmail.com¹, suriyati.iaim@gmail.com²

Abstrak:

Kemasan merupakan salah satu faktor yang menjadi penunjang dalam meningkatkan minat beli masyarakat dan menjadi fokus pertama kali konsumen sebelum menikmati atau menggunakan suatu produk. Kemasan yang baik, tidak hanya membuat konsumen tertarik dan penjualan mengalami peningkatan, namun juga dapat menjaga kehygienisan dan kualitas suatu produk. Dengan adanya inovasi-inovasi tentang kemasan suatu produk membuat penjualan mengalami peningkatan karena fokus pertama konsumen terletak pada kemasan yang digunakan oleh sebuah produk, hal ini lah yang membuat inovasi kemasan penting dalam memasarkan produk agar mengalami peningkatan penjualan. Adapun tujuan kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman tentang inovasi-inovasi kemasan kue kering yang dapat meningkatkan penjualan pada UMKM. Metode penerapan yang dilakukan yaitu melalui tahapan observasi, sosialisasi, pelaksanaan dan evaluasi. Hasil dari kegiatan ini adalah pemilik UMKM dapat memahami pengetahuan dasar tentang pentingnya inovasi kemasan sebuah produk dan percobaan yang dilakukan terkait perbandingan antara sebelum dan sesudah menerapkan inovasi kemasan ditemukan bahwa dengan inovasi kemasan baru tersebut memengaruhi tingkat penjualan.

Kata Kunci : Inovasi, Kemasan, Peningkatan Penjualan

1. PENDAHULUAN

Di lingkungan masyarakat, kue kering merupakan cemilan seperti keripik pisang atau kue cemilan lainnya. (Abdul Harif Siswanto dkk, 2023). Kue cemilan juga diproduksi secara massal oleh perusahaan besar, dengan kemasan menarik dan teknik promosi pemasaran yang sangat inovatif. (Abdul Harif Siswanto dkk, 2023). Pelaku usaha dibekali pengetahuan mengenai cara pengemasan produk agar terlihat menarik dan pemasaran online agar pelanggan dapat mengakses informasi mengenai produk kue kering. (Kusuma Indawati Halim, 2021). Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat besar dalam meningkatkan perekonomian daerah, meningkatkan kesempatan kerja, pengembangan

teknologi, menciptakan ragam pasar baru, dan hasil produksi. (Irmayanti. dkk, 2023).

Mayoritas perusahaan berbasis rumahan mempekerjakan ibu rumah tangga sebagai eksekutif industry dan anggota keluarga lainnya sebagai pembantu dalam proses manufaktur. (Suriyati. dkk, 2023). Dalam pelaksanaan kuliah kerja nyata profesi penulis di tempatkan di Kelurahan Awang Tangka, Kecamatan Kajuara, Kabupaten Bone. Di mana di Kelurahan Awang Tangka ini terdapat salah satu UMKM yaitu Usaha Kue Kering “Ibu Asriani”

Di mana Usaha Kue Kering “Ibu Asriani” ini, masih belum maksimal dalam pengemasan sehingga mempengaruhi tingkat penjualan, seperti tidak terdapat logo kemasan pada produknya dan masih kurang kreatif dalam pengemasan produknya . Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan, perlu diadakan inovasi pembuatan kemasan yang dapat meningkatkan minat beli masyarakat terhadap sebuah produk sehingga penulana produk tersebut mengalami peningkatan. Kemasan yang menarik mempunyai peran penting dalam minat beli masyarakat dan tingkat penjualan. Tanpa adanya kemasan yang menarik dan inovatif maka proses proses pemasaran atau penjualan tidak berjalan sebagaimana mestinya. Oleh karena itu untuk meningkatkan penjualan pada Usaha Kue Kering “Ibu Asriani” dilakukan inovasi kemasan dan pemberian logo produk pada kemasan tersebut sehingga mempegaruhi minat beli masyarakat.

Kemasan atau packaging adalah suatu wadah yang menempati suatu barang agar aman, menarik, mempunyai daya pikat dari seorang yang ingin membeli suatu produk (Mukhtar dan Nurif, 2015). Sedangkan pengemasan merupakan didefinisikan sebagai aktifitas merancang dan memproduksi wadah atau pembungkus suatu produk. Bungkus atau kemasan yang menarik akan memberikan nilai plus pada konsumen yang sedang membedakan beberapa produk yang bentuk dan mutunya hampir sama. Adanya wadah atau pembungkus dapat membantu mencegah atau mengurangi kerusakan, melindungi produk yang ada didalamnya, melindungi dari bahaya pencemaran serta gangguan fisik (gesekan, benturan, getaran) (Kaihatu, 2014). Kemasan menjadi fokus pertama kali konsumen sebelum menikmati atau menggunakan suatu produk. Kemasan yang baik, tidak hanya membuat konsumen tertarik, namun juga dapat menjaga kualitas dan kehygenisan suatu produk.

Ada beberapa faktor yang dapat menjadi penunjang dalam meningkatkan minat beli masyarakat terhadap sebuah produk, yakni salah satunya kemasan. Minat beli merupakan sebagai kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau

mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian (Priyanti, dkk., 2017).

Dengan meningkatnya minat beli masyarakat terhadap sebuah produk akan membuat penjualana produk tersebut mengalami peningkatan. Adapun tujuan dari kegiatan inovasi pembuatan kemasan Kue Kering “Ibu Asriani” adalah untuk meningkatkan penjualan pada UMKM dan sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat adalah untuk memberikan tambahan ilmu kepada masyarakat agar dapat memecahkan masalah terkhusus pada strategi pemasaran produk melalui inovasi pmbatan kemasan kue kering sehingga dapat meningkatkan motivasi dan semangat para pelaku UMKM untuk memasarkan produknya.

2. METODE PENERAPAN

Untuk mencapai tujuan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, adapun metode yang diterapkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. Metode Kegiatan Pengabdian Masyarakat

No	Metode	Kegiatan
1	Observasi	meninjau Usaha Kue Kering “Ibu Asriani”
2	Sosialisasi	Sosialisasi yang dilakukan kepada pemilik usaha meliputi rencana program kerja yang akan dilaksanakan sekaligus memberikan literasi manfaat pengemasan dan pemberian logo pada produk.
3	Pelaksanaan	Tahapan pembuatan desain label atau logo produk dan penyediaan kemasan produk yakni <i>standing pouch</i> , kemudian dilanjutkan dengan pengemasan produk.
4	Evaluasi	melakukan percobaan untuk melihat perbandingan minat beli calon konsumen antara sebelum dan sesudah menggunakan kemasan dan untuk melihat apakah penjualan mengalami peningkatan atau tidak.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Inovasi Pembuatan Kemasan Kue Kering untuk peningkatan penjualan pada UMKM sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan tepatnya di Lingkungan Bojo, Kelurahan Awang Tangka, Kecamatan Kajuara. Bentuk kegiatan yang laksanakan yaitu melakukan Inovasi Pembuatan Kue Kering untuk peningkatan penjualan pada UMKM di kelurahan Awang Tangka. Pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahap yaitu tahap observasi, tahap sosialisasi, tahap pelaksanaan dan tahap evaluasi.

Dalam melaksanakan program ini, hal pertama yang dilakukan dengan observasi langsung di Kelurahan Awang Tangka meninjau usaha kue kering “Ibu Asriani”. Observasi ini dilaksanakan pada bulan februari. Setelah observasi maka dilanjutkan dengan sosialisasi di salah satu usaha usaha kue kering “Ibu Asriani” yang dipilih menjadi objek program kerja. Sosialisasi yang dilakukan kepada pemilik usaha meliputi rencana program kerja yang akan dilaksanakan sekaligus memberikan literasi manfaat pengemasan dan pelabelan atau pemberian logo pada produk.

Kemudian pada pelaksanaan pendampingan, yakni tahapan pembuatan desain label atau logo produk dan penyediaan kemasan produk. yakni *standing pouch* aluminium. Pelaksanaan pendampingan dilakukan dengan pengenalan langsung kepada pemilik usaha, kemasan yang akan digunakan kemudian dilanjutkan dengan pengemasan produk. Lalu tahap akhir yaitu evaluasi dilakukan dengan melakukan percobaan untuk melihat perbandingan minat beli calon konsumen antara sebelum dan sesudah menggunakan kemasan untuk mengetahui apakah penjualan mengalami peningkatan atau tidak.



Gambar 1. Pelabelan Produk Kue Kering “Ibu Asrani”



Gambar 2. Pengemasan Produk Kue Kering “Ibu Asrani

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa hasil yang dicapai pada kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah Kemasan dan Pelabelan Produk atau pemberian logo produk sehingga dapat meningkatkan penjualan, Hal ini membuktikan, bahwa pemberian kemasan dan label pada produk meningkatkan minat beli masyarakat. Oleh karena itu, diharapkan agar pendampingan ini memberikan manfaat bagi pelaku usaha sasaran berupa peningkatan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam membuat kemasan suatu produk olahan. Sehingga tampilan produk yang lebih baik dan aman serta pengemasan yang baik bisa meningkatkan kualitas dan penjualan produk.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Halim, K. I. (2021). Pendampingan Usaha Kue Kering Melalui Pengemasan Produk dan Pemasaran Digital. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 732-736.
- Irmayanti, I., Yunisari, U., & Suriyati, S. (2023). Pendampingan Pemasaran Melalui Marketing Mix 4p Pada Produk UMKM dalam Menarik Minat Konsumen. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 12-18.
- Kaihatu, Thomas S. (2014). Manajemen Pengemasan. 2.
- Mukhtar, Syukrianti dan Nurif, Muchammad. (2015). Peranan Packaging Dalam Meningkatkan Hasil Produksi Terhadap Konsumen. E – Jurnal Sosial Humaniora. 181. Diakses dari <http://iptek.its.ac.id>
- Priyanti, Yuli., dkk. (2017). Minat Beli Konsumen Toko Sepatu Bata Di Pasar Raya Padang Dilihat Dari Sikap Dan Iklan. E – Jurnal Pundi. 89. Diakses dari <https://ojs.akbpstie.ac.id>.
- Suriyati, S., Putri, F. T. A., & Irmayanti, I. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56-61.