

## Sosialisasi Manfaat Pengemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Snack Pak Muklis

Iswidana Utama Putra <sup>1)</sup>; Nadya Al Nafturahma  
<sup>1,2,3,4,5)</sup> Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1</sup> [iswie@unived.ac.id](mailto:iswie@unived.ac.id) ; <sup>2</sup> [alnafturahma@gmail.com](mailto:alnafturahma@gmail.com);

### ARTICLE HISTORY

Received [06 Agustus 2023]  
Revised [16 September 2023]  
Accepted [23 September 2023]

### KEYWORDS

PackagingBenefit,  
Competitiveness,MSMEs

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA license](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



### ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Salah satunya adalah usaha Snack pak Muklis yang berada di desa Talang Saling. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan pada usaha Snack pak Muklis diketahui bahwa usahanya masih kurang menonjol di tengah persaingan yang semakin hari semakin ketat. Hal ini disebabkan pengemasan produknya masih menggunakan Kemasan yang biasa dan kurang menarik, serta kurangnya nya pengetahuan tentang manfaat pengemasan bagi suatu produk. Berdasarkan permasalahan tersebut, kami bertujuan untuk membantu pemilik usaha dengan cara mensosialisasikan manfaat Pengemasan bagi suatu produk untuk meningkatkan daya saing.

### ABSTRACT

*Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) are productive businesses owned by individuals or business entities that have met the criteria as micro businesses. One of them is Mr. Muklis's Snack business in Talang Saling village. Based on the results of a survey conducted at Mr. Muklis' business, it is known that his business is still not prominent in the midst of increasingly fierce competition. This is because the product packaging still uses ordinary and unattractive packaging, as well as the lack of knowledge about the benefits of packaging for a product. Based on these problems, we aim to help business owners by socializing the benefits of packaging for a product to increase competitiveness.*

## PENDAHULUAN

Fhadila dan Cahyono (2017) Menjelaskan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Memiliki peran yang sangat penting dan strategis didalam pembangunan ekonomi. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) adalah kelompok usaha atau bisnis yang dijalankan oleh individu, kelompok, rumah tangga, maupun juga badan usaha kecil. UMKM merupakan salah satu pelaku ekonomi yang berperan penting dalam memajukan perekonomian terutama ketika terjadi krisis. UMKM merupakan bagian dari perekonomian indonesia yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) juga berperan dalam meningkatkan pengembangan teknologi, menciptakan pasar baru, meningkatkan kesempatan kerja dan menghasilkan usaha mikro kecil dan menengah yang lebih baik. Selain itu UMKM juga dapat meningkatkan kreativitas masyarakat yang menginginkan pendapatan lebih serta identitas suatu daerah dari hasil produksinya.

Kegiatan UMKM selalu berkaitan erat dengan adanya persaingan usaha, semua orang tentunya ingin menonjolkan usahanya untuk lebih dikenal dimasyarakat luas. Contoh permasalahan yang mendasar tentang UMKM adalah kurangnya pengetahuan tentang pentingnya memperhatikan pengemasan suatu produk sehingga saat dipasarkan produk terlihat kurang menarik. Pengembangan ekonomi digital tidak lagi terhindarkan karena telah terjadi pergeseran perilaku masyarakat yang meninggalkan pola berbelanja konvensional, dan berubah lebih banyak menggunakan platform digital. Masyarakat kini tidak lagi asing dengan berbagai perkembangan yang terjadi di sektor teknologi finansial (teknologi keuangan), perdagangan elektronik (e-commerce), bahkan kehadiran metaverse.

Meski demikian dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) masih banyak kendala yang di hadapi. Bagi para pelaku ekonomi Indonesia terutama UMKM, perkembangan ekonomi digital yang luar biasa pesat sudah tentu menjadi tantangan sekaligus peluang tersendiri. Berdasarkan Statistik e-commerce BPS Juni 2021, dari 8,2 juta unit usaha yang disurvei termasuk di dalamnya pelaku UMKM, hanya 29% yang telah mengintegrasikan usahanya ke dalam e-commerce. Harus diakui, bahwa mengharapakan UMKM dapat berkiprah di pasar digital bukanlah hal yang mudah. Sejumlah kendala yang

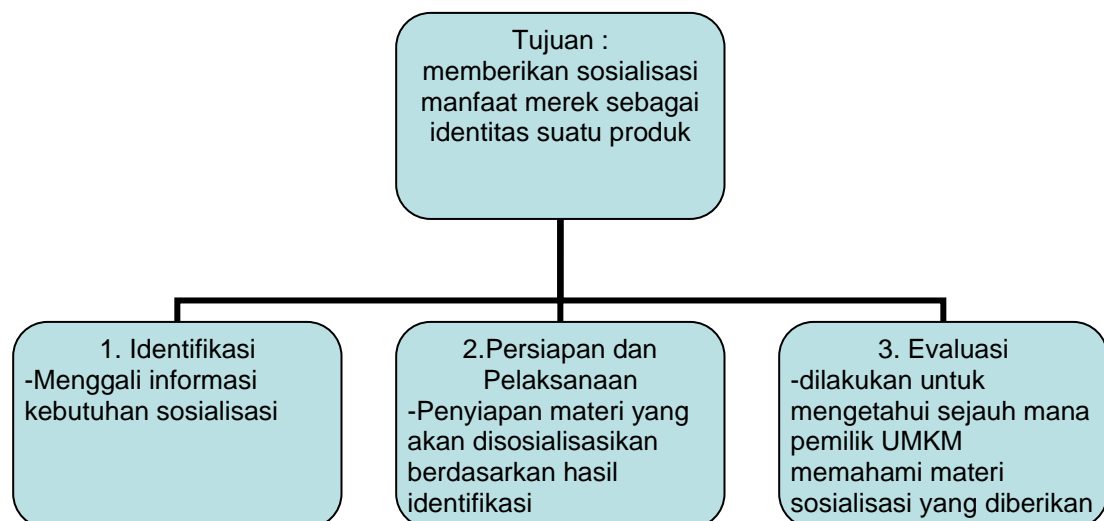
menghambat membuat lamban nya perkembangan UMKM disejumlah daerah yang membuat para pelaku usaha kesulitan bersaing dengan para kompetitor.

Berdasarkan Hasil Survei yang telah dilakukan dengan pemilik usaha pembuatan Snack yakni Pak Muklis diketahui bahwa usahanya masih menggunakan kemasan biasa, hal ini dikarenakan minimnya pengetahuan mengenai manfaat pengemasan tersebut. Kemasan menjadi salah satu hal yang memiliki peran penting dalam meningkatkan penjualan, karena salah satu fungsi kemasan adalah sebagai sarana komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label desain yang terdapat pada kemasan. Selain itu kemasan juga berfungsi sebagai pelindung dan identitas bagi produk, sehingga produk tersebut dapat bersaing dengan kompetitor. Kemasan dapat membangun visibilitas sehingga meningkatkan kemungkinan pembelian berulang oleh konsumen.

Berdasarkan permasalahan di atas, kegiatan ini dimaksudkan untuk memberikan solusi alternatif melalui sosialisasi manfaat tentang pengemasan upaya meningkatkan daya saing produk pada UMKM Snack Pak Muklis, selain itu kegiatan ini juga mengharapkan agar pelaku usaha mendapatkan pengetahuan dan keterampilan mengenai pengemasan sebagai salah satu cara untuk menjangkau target pasar.

## METODE

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian ini dilakukan dengan cara memberikan sosialisasi tentang pengemasan produk pada usaha Snack Pak Muklis untuk meningkatkan daya saing. Kegiatan pengabdian ini dibagi menjadi 3 tahapan yaitu :



**Gambar 1. Metode Pengabdian kepada Masyarakat**

1. Identifikasi, adalah hal pertama yang kami lakukan dimana kami melakukan survei untuk menggali informasi tentang kebutuhan materi sosialisasi melalui wawancara kepada pemilik usaha, ditahap ini kami bertujuan untuk mencari tau permasalahan apa yang ada pada usaha milik Pak Muklis
2. Persiapan dan pelaksanaan, Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh usaha pak Muklis kami mempersiapkan segala hal yang diperlukan untuk kegiatan sosialisasi ini seperti materi apa yang harus dibawa agar dapat membantu pemecahan masalah yang dihadapi oleh usaha Pak Muklis, tentunya berdasarkan hasil identifikasi. Setelah penetapan materi barulah kami melaksanakan sosialisasi langsung kepada pemilik usaha beserta para karyawannya untuk membantu memberikan solusi pada masalah yang dihadapi.
3. Evaluasi, dilakukan untuk melihat dan mengetahui sejauh mana pemilik usaha memahami dan menyerap ilmu (materi) yang diberikan untuk meningkatkan daya saing pada produk yang dihasilkan. Dan menurut pemilik usaha akan mengimplementasikan ilmu tersebut dalam waktu dekat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Aktivitas

Kotler (2005:230) mendefinisikan pengemasan sebagai kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Dengan pengemasan yang baik pemilik usaha tidak perlu khawatir untuk memasarkan produk, selain memberikan identitas kepemilikan juga meminimalisir pemalsuan produk dari pihak yang tidak bertanggung jawab. Kegiatan sosialisasi manfaat pengemasan produk pada UMKM Snack Pak Muklis berjalan dengan lancar dan memperoleh hasil yang positif serta respon yang baik dari pemilik usaha.

Berdasarkan hasil sosialisasi diatas pemilik usaha Snack Pak Muklis akan mulai menginovasi kemasan produknya dalam waktu dekat, menurut pemilik usaha sosialisasi ini cukup membantu memberikan pengetahuan tentang pentingnya pengemasan yang baik bagi suatu produk. Oleh sebab itu kegiatan sosialisasi ini dimaksudkan untuk memberikan pemahaman dan manfaat dari pengemasan sebagai identitas suatu produk dan sarana untuk meningkatkan daya saing. Dalam sosialisasi ini kami merekomendasikan pemakaian standing pouch yang lebih berguna dalam memperpanjang masa tahan produk agar lebih awet sebagai pengganti kemasan yang lama sehingga lebih produk lebih menarik minat para konsumen.

### Penyelesaian Masalah

Marbun (2003) menjelaskan bahwa persaingan usaha atau bisnis adalah usaha usaha dari dua pihak atau lebih perusahaan yang bergiat memperoleh pesanan dengan menawarkan harga atau syarat yang paling menguntungkan. Permasalahan yang dialami usaha Snack Pak Muklis ini adalah kesulitan untuk bersaing dengan produk kompetitor, dikarenakan belum ada inovasi dari segi pengemasan sehingga produk yang dihasilkan terlihat kurang menarik dimata konsumen, karena saat ini hal yang pertama yang diperhatikan oleh konsumen adalah kemasan produk baru kemudian rasa dan bentuk, hal tersebut tentu menjadi fokus bagi para pemilik usaha untuk menampilkan desain yang menarik untuk produk yang dihasilkan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, kami bertujuan untuk membantu pemilik usaha Snack Pak Muklis dengan cara mensosialisasikan dan memberikan pemahaman tentang pengemasan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing agar produk yang dihasilkan oleh Usaha Snack pak Muklis ini dapat bersaing dengan produk-produk kompetitor.

Solusi dan strategi yang tepat untuk mengatasi kondisi ini adalah dengan cara sebagai berikut :

1. Mengenal persepsi pembeli, artinya desain kemasan produk yang dibuat harus langsung dapat ditangkap maksud nya oleh konsumen tanpa harus berfikir lama.
2. Mengganti kemasan yang lama dengan kemasan yang lebih menarik, tidak perlu membuat desain mahal, yang terpenting kemasan yang dibuat dapat menimbulkan kesan menarik bagi konsumen untuk membuat pertimbangan agar membeli produk.
3. Ikuti Perkembangan Trend seperti melakukan promosi online melalui media sosial.



**Gambar 2** Proses pembuatan salah satu produk (Kerupuk)





**Gambar 3** proses penjemuran



**Gambar 4** bentuk pengemasan sebelum sosialisasi



**Gambar 5.** proses sosialisasi pengenalan kemasan standing pouch dan pembuatan logo



**Gambar 6 Pengemasan Produk Olahan setelah memakai standing pouch**

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada era yang semakin maju ini, keberadaan teknologi yang canggih sangat berguna dan memudahkan dalam setiap kegiatan termasuk untuk menghasilkan suatu produk yang berkualitas. Terutama dalam pembuatan produk makanan dan minuman, namun dalam proses produksi ada hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah pengemasan. Pengemasan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dan mutlak diperlukan dalam persaingan dunia usaha di era digital seperti saat ini, karena fungsi dan kegunaannya dalam meningkatkan mutu daya jual dari produk sehingga produk-produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan para kompetitor.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Sosialisasi Manfaat Pengemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing telah berlangsung dan berjalan dengan baik dan menunjukkan hasil yang positif dan berguna dalam pengembangan dan keberlangsungan usaha, maka dari itu diharapkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini terus berlanjut pada tahun yang akan datang dalam rangka memperluas pengetahuan dan sebagai solusi alternatif untuk permasalahan yang di hadapi para pelaku usaha serta sebagai wujud implementasi ilmu yang di dapatkan oleh mahasiswa kepada masyarakat luas.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dan lancar berkat bantuan dan dukungan drari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Universitas Dehasen Bengkulu
2. Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dehasen Bengkulu
3. Ketua Program Studi Manajemen Universiats Dehasen Bengkulu
4. Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan arahan
5. Pemilik Usaha UMKM Pak Muklis

6. Semua Teman teman yang ikut terlibat dalam proses pengabdian ini

## DAFTAR PUSTAKA

- A Soleh, A Arlina, S Suwarni, KC Susena, D Anggara - Jurnal Dehasen Untuk Negeri, 2022. Implementasi Digital Marketing Dalam Optimalisasi Potensi Industri Rumah Tangga Warga RT. 10 RW. 04 Kelurahan Padang Jati Kecamatan Ratu Samban Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*. 1(1), 89–94
- Aidhi, A. A., M, Ade. K. H, Dkk. (2023). *Peningkatan Daya Saing Ekonomi Melalui Peran Inovasi*. Jurnal Basuki, T. I., Dita, R. D. R. (2003). *Kajian Analisis Strategi Peningkatan Daya Saing UMKM*. Jurnal Damarsiwi, E. P. M., Susena, K. C., Hidayah, N. R., Febliansa, M. R., & Abi, Y. I. (2023). Pelatihan Peningkatan Keterampilan Literasi Keuangan Digital bagi Ibu-ibu Rumah Tangga. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 2(1), 53-60.
- Fadhila, dan Cahyono. (2017). Pembuatan WebGIS Untuk Pemetaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Kabupaten Blitar. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2).
- Kotler, Philip. (2005). *Managemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta. PT.Indeks Kelompok Gramedia.
- Marbun. 92003). *Kamus Manajemen*. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Multidisiplin West Science; Vol 2 No 02. <https://doi.org/10.58812/jmws.v2i02.229>.
- Nasution, S., Susena, K. C., Hidayah, N. R., Yustanti, N. V., & Ariantara, Y. (2022). Identifikasi Peluang Usaha pada Objek Wisata Pulau Kumayan oleh Masyarakat RT. 12 RW. 04 Kel. Surabaya Kec. Sungai Serut Kota Bengkulu. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 1(1), 1-6.
- Pengabdian Univesitas Pahlawan Tuanku Tambusai; Vol.4 No 3. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i3.17118>.
- Susena, K. C., & Soleh, A. (2015). “OPAK IMUT” DAN “OPAK MINI” SEBAGAI SOLUSI PENINGKATAN MUTU PRODUK CASSAVA CHIPS DI DESA SIDODADI KECAMATAN PONDOK KELAPA KABUPATEN BENGKULU TENGAH. *AGRITEPA: Jurnal Ilmu dan Teknologi Pertanian*, 2(2).
- Susena, K. C., Nengsih, M. K., Wagini, W., Gayatri, I. A. M. E. M., & Ariska, Y. I. (2020). New Normal: Membangkitkan Ekonomi Warga Di Rt 34 Komplek Green Palm Melalui Gerakan Belanja Di Warung Tetangga. *Jurnal INDONESIA RAYA (Pengabdian pada Masyarakat Bidang Sosial, Humaniora, Kesehatan, Ekonomi dan Umum)*, 1(2), 41-44.
- Wagini, W., Gayatri, I. A. M. E. M., Susena, K. C., Nengsih, M. K., & Ariska, Y. I. (2021). Edukasi Dan Motivasi: Learn Dan Happy Fun Pada Masa Pandemi Covid-19 Pada Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (Lksa) Guyub Rukun Bengkulu. *Jurnal INDONESIA RAYA (Pengabdian pada Masyarakat Bidang Sosial, Humaniora, Kesehatan, Ekonomi dan Umum)*, 2(1), 6-10.