
Pendampingan Pengembangan Kemasan Untuk Membangun Identitas Produk Bagi UMKM Di Kelurahan Turi, Kota Blitar

Packaging Development Assistance To Build Product Identity For Msmes In Turi, Blitar

Rizky Riza Ismail¹, Rizky Dermawan²

^{1,2} UPN “VETERAN” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis : 20012010363@student.upnjatim.ac.id¹, rizkyd.ma@upnjatim.ac.id²

Article History:

Received: 30 April 2023

Revised: 15 Mei 2023

Accepted: 23 Juni 2023

Keywords: Brand Identity, Packaging Labels, Brand Awareness

Abstract: *The problem that is often faced by MSMEs is usually the lack of building an identity from the product being sold. The problem of MSMEs in Turi Village, Blitar City also has the problem of a lack of building product identity. Many MSMEs still use packaging that looks old school, less attractive, and seems monotonous. The purpose of this activity is to provide an understanding of the importance of building an identity and product image so that it can be easily recognized by the public and able to compete with other competitors. The methods used in this community service activity are surveys, interviews, discussions, and applications. The results obtained from this community service activity are packaging development assistance starting from, packaging labels, more attractive product packaging. Provide an understanding of the importance of building a brand identity, so that in the future these MSMEs can compete with other competitors who sell similar products. Because having a good brand identity will increase Brand Awareness for that brand.*

Abstrak

Permasalahan yang sering dihadapi UMKM biasanya adalah kurangnya membangun identitas dari produk yang diperjualkan. Permasalahan UMKM di Kelurahan Turi, Kota Blitar juga memiliki permasalahan kurangnya membangun identitas produk. Banyak UMKM yang masih menggunakan kemasan yang tampak jadul, kurang menarik, dan terkesan monoton. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan pemahaman pentingnya membangun identitas serta citra produk untuk dapat mudah dikenal oleh masyarakat dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah survey, wawancara, diskusi, dan penerapan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu pendampingan pengembangan kemasan mulai dari, label kemasan, kemasan produk yang lebih menarik. Memberikan pemahaman tentang pentingnya membangun identitas brand, agar kedepannya UMKM tersebut bisa bersaing dengan kompetitor lainnya yang menjual produk serupa. Karena dengan memiliki identitas brand yang baik, akan meningkatkan *Brand Awareness* bagi brand tersebut.

Kata Kunci: Identitas Brand, Label Kemasan, Brand Awareness

* Rizky Riza Ismail, 20012010363@student.upnjatim.ac.id

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang paling banyak ada di Indonesia. UMKM mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan usaha yang mempunyai skala besar, karena hanya dengan menggunakan modal yang kecil sudah bisa mempunyai usaha tersebut. Keberadaan UMKM memberikan dampak yang baik bagi perekonomian, dengan adanya usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mampu menopang serta bertahan untuk kesejahteraan masyarakat. karena ternyata sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, UMKM mampu menjadi solusi penanggulangan kemiskinan di Indonesia. Penanggulangan kemiskinan dengan cara mengembangkan UMKM memiliki potensi yang cukup baik, karena ternyata sektor UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja, yaitu menyerap lebih dari 99,45% tenaga kerja dan sumbangan terhadap PDB sekitar 30% (Darwanto 2013). Dengan mengembangkan UMKM maka bisa membuka lapangan pekerjaan baru, dengan begitu para pekerja yang terlibat bisa mengurangi angka pengangguran yang tinggi di Indonesia.

Banyaknya permasalahan UMKM di Indonesia ada beberapa titik lemahnya, salah satunya yaitu tentang branding kemasan produk yang digunakan serta kurangnya pemahaman tentang pentingnya membangun identitas brand. Karena masih banyak UMKM yang hanya menjalankan usahanya sekedarnya, hal tersebut menghambat kemajuan usaha yang dijalankan karena kurangnya pemahaman membranding usahanya agar bisa bersaing di pasaran. Brand atau merek yang memiliki citra baik, maka akan menjadi pilihan utama bagi konsumen, karena bisa dikatakan bahwa brand juga bisa memiliki karakter, ciri khas, dan jiwa usaha yang dijalankan. Semakin pesatnya pesaing usaha di zaman sekarang, banyak perusahaan lain yang gencar mengiklankan produknya melalui televisi, media sosial. Semakin intens promosi yang dilakukan melalui media social, akan mendukung dalam meningkatnya brand awareness dari sebuah produk (Schivinski & Dabrowski 2015). Kesadaran merek (*Brand Awareness*) sangat penting dimiliki oleh segala jenis usaha, karena konsumen sebelum membeli produk konsumen harus mengenali beberapa merek tersebut di pasaran. Dengan memiliki *brand awareness* atau kesadaran merek yang kuat mampu unggul dalam suatu bisnis yang dijalankan. Pasalnya, konsumen calon konsumen cenderung memilih brand atau produk yang sudah dikenali sebelumnya, dengan begitu segala jenis usaha yang memiliki kesadaran merek yang kuat akan bisa meningkatkan penjualannya.

Salah satu cara membangun identitas produk atau brand adalah dengan mempunyai logo, desain kemasan yang menarik, kualitas produk, label kemasan pada produk tersebut.

Namun di Kelurahan Turi Kota Blitar masih ada beberapa UMKM yang menjadi sorotan untuk dapat memiliki identitas produk yang digunakan dalam usahanya. Ada beberapa UMKM di Kelurahan Turi yang masih menggunakan label kemasan yang kurang menarik, packaging produk yang digunakan kurang membuat produk tersebut layak dijual, serta kurangnya kelengkapan label kemasan yang ada di produk misalnya, makanak ringan, makanan olahan. Kemasan adalah alat pemasaran yang krusial, karena kemasan adalah penjual tanpa suara (silent salesman). Kemasan adalah faktor terakhir yang bisa mempengaruhi konsumen sebelum membuat keputusan pembelian (Ardaya 2007:11). Dengan memiliki kemasan produk yang jelas dan menarik, maka konsumen tidak akan meragukan lagi tentang produk tersebut dari olahan bahan apa saja, sudah mendapatkan sertifikat halal atau belum, tanggal kadaluarsa dan sebagainya. UMKM yang ada di Kelurahan Turi, masih ada yang belum mencantumkan informasi yang jelas untuk label kemasan produk makanan, serta warna yang digunakan tidak membuat masyarakat atau calon konsumen tertarik.

Berdasarkan pengamatan yang sudah dilakukan, para pelaku UMKM di Kelurahan Turi tidak terlalu memiliki kreativitas dalam membuat label kemasan, packaging produk untuk mengikuti trend di zaman sekarang. Hal tersebut didasarkan pada desain kemasan, label kemasan, dan packaging produk yang cenderung terlihat jadul dan kurang menarik. Para pelaku usaha UMKM tidak terlalu memiliki inovasi dan rancangan untuk mengembangkan bisnis usahanya melalui branding kemasan produk usahanya. Oleh karena itu, dilakukakannya pendampingan pengembangan label kemasan untuk menjadi lebih menarik dan meningkatkan daya minat masyarakat dan konsumen. Serta memberikan pengetahuan pentingnya membangun identitas brand serta produk untuk menciptakan *brand awareness* atau kesadaran merek agar mudah dikenal oleh masyarakat dan mampu meningkatkan penjualan usaha UMKM yang ada di Kelurahan Turi.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM yang ada di Kelurahan Turi adalah pendampingan kepada pemilik Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pelaksanaan metode ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu :

1. Pelaksanaan survei, sebagai tahapan awal melakukan survey kepada seluruh UMKM yang ada di Kelurahan Turi. Untuk mengetahui semua informasi tentang bidang usaha yang dijalankan dan bisa mengetahui potensi UMKM mana yang memiliki potensi untuk bisa berkembang.

2. Pelaksanaan Wawancara, setelah dilakukan tahapan awal dilanjutkan dengan wawancara kepada UMKM. Bertanya jawab tentang kondisi usaha tersebut serta menanyakan apa permasalahan dan kendala yang sedang dialami oleh UMKM tersebut.
3. Pelaksanaan Diskusi, setelah mengetahui permasalahan dan kendala yang dialami pelaku UMKM. Selanjutnya dilakukan diskusi untuk mendapatkan solusi, yang kemudian memberi saran dan masukan untuk penyelesaian permasalahan yang sedang dialami pelaku UMKM.
4. Pelaksanaan Penerapan, dari beberapa tahapan yang sudah dilalui. Selanjutnya dari beberapa solusi dan masukan yang diterima kemudian mewujudkannya melalui program kerja pengabdian masyarakat, misalnya pendampingan terkait dengan pengembangan label kemasan untuk pelaku UMKM di Kelurahan Turi.

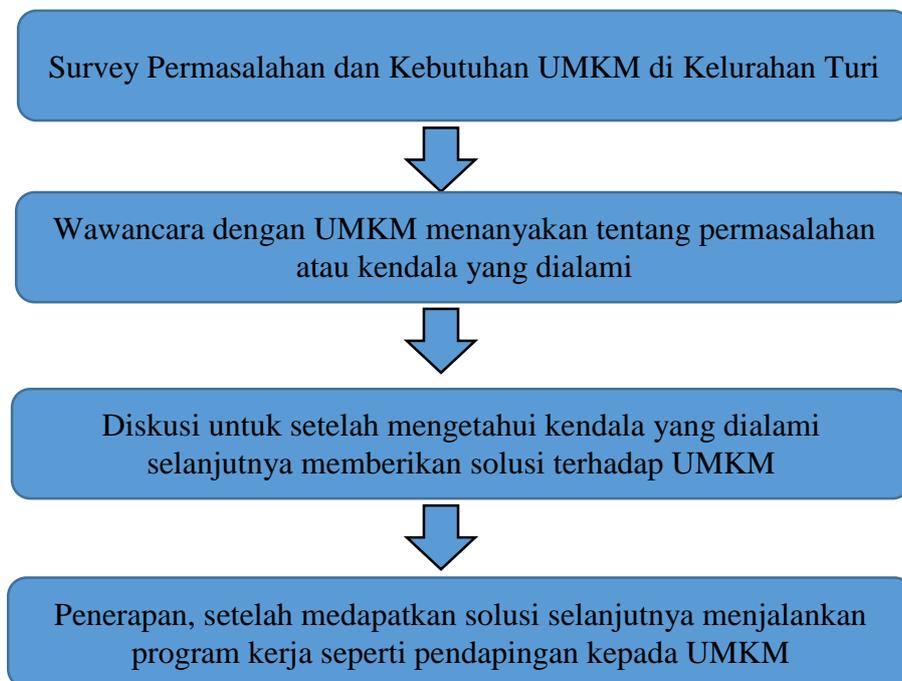


Diagram 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

HASIL

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini memfokuskan pada UMKM yang ada di Kelurahan Turi, Kecamatan Sukorejo, Kota Blitar. Kegiatan ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3 bulan, sesuai dengan skema kewirausahaan dan ekonomi kreatif. Dari permasalahan yang sudah di dapatkan setelah melakukan beberapa tahapan pengambilan data, kemudian memberikan saran serta solusi. Kemudian menyusun program kerja sebagai berikut :

a. Pelatihan kepada UMKM di Kelurahan Turi

Pelatihan adalah kegiatan yang memberikan wawasan serta ilmu kepada yang dituju, dan berharap dengan setelah dilakukannya pelatihan mampu mempraktekkan dalam kegiatan usaha para pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Turi. Pelatihan yang dilaksanakan adalah memberikan pengetahuan bahwa pentingnya membangun identitas brand atau usaha yang dilakukan oleh pemilik UMKM. Kemudian melakukan branding mulai dari logo, kemasan produk, label kemasan yang digunakan untuk produk yang dijual.

Identitas brand atau produk sangat diperlukan dalam usaha pelaku UMKM, dengan memiliki identitas brand atau produk. Identitas produk sangat diperlukan, mengingat persaingan usaha di era sekarang sangat pesat tidak hanya dari pelaku usaha UMKM lainnya namun juga dengan perusahaan yang memiliki skala besar. Membangun identitas produk

Sangat penting untuk mudah memperkenalkan produk yang dibuat oleh pelaku UMKM dikalangan masyarakat serta calon konsumen. Konsumen akan membuat keputusan pembelian produk jika produk sudah memiliki identitas serta citra yang baik sehingga ketika membeli produk tersebut sudah mengerti harus membeli produk yang sudah dikenal. Kemudian mengembangkan atau memperbarui label kemasan yang terkesan jadul diubah dengan label kemasan yang menarik dan modern untuk meningkatkan daya tarik terhadap masyarakat. Logo brand juga termasuk salah satu hal untuk menciptakan suatu ciri khas serta memiliki filosofi dari produk atau tentang pribadi pemilik UMKM. Kemasan produk juga perlu diperhatikan terutama untuk produk makanan, karena sangat rentan mudah basi sehingga harus benar-benar diperhatikan kemasan yang digunakan.

Pengembang label kemasan, di Kelurahan Turi para pelaku UMKM masih ada yang menggunakan kemasan produk yang kurang menarik masyarakat padahal produk yang dijual memiliki kualitas yang baik. Memperbarui label kemasan yang kurang memuat informasi yang jelas dan lengkap, dengan pemberian pemahaman untuk pelaku UMKM yang ada di kelurahan Turi bahwa informasi yang lengkap terutama untuk produk makanan sangat berguna untuk meyakinkan masyarakat bahwa produk tersebut sudah memiliki standarisasi serta sertifikasi misalnya seperti sertifikasi halal, NIB, PIRT. Kemudian mengganti warna label kemasan serta mengubah font pada label kemasan menjadi lebih mudah dipahami oleh masyarakat, dengan memberikan solusi untuk memperbarui desain kemasan menjadi lebih menarik untuk meningkatkan daya pikat masyarakat dan konsumen.

b. Pendampingan kepada para pelaku UMKM

Pendampingan adalah kegiatan mendampingi para pelaku UMKM yang ada di kelurahan Turi, setelah dilakukannya pelatihan sejauh mana UMKM tersebut mempraktekkan apa yang telah didapat dari kegiatan pelatihan. Setelah melakukan pelatihan terhadap UMKM ada beberapa yang menerima solusi yang telah diberikan untuk mengembangkan usaha yang telah dijalankan. Sesuai penjelasan program kerja yang telah disusun dilakukannya pengembangan label kemasan serta memperbarui desain kemasan produk dari UMKM yang ada di Kelurahan Turi. UMKM tersebut terdiri dari Batik Kembang Turi, Frozen Food mas Fian, Emping Jagung Arum diantara pengembangan yang dilakukan adalah sebagai berikut :

No.	Sebelum Dilakukan Pendampingan	Setelah Dilakukan Pendampingan
1.	 <p data-bbox="284 1227 855 1514">Kemasan Batik Turi sebelum dilakukannya pendampingan, masih menggunakan packaging batik yang terlihat tidak kokoh karena tidak menggunakan kardus yang lebih tebal. Sehingga ketika diisi produk batik yang siap diberikan konsumen akan mengalami lekukan pada packaging tersebut.</p>	 <p data-bbox="874 1227 1393 1514">Kemasan Batik Turi setelah dilakukannya tahapan pendampingan. Menyarankan menggunakan kardus packaging yang lebih tebal daripada sebelumnya, kemudian mengganti perpaduan warna dari packaging untuk terlihat lebih elegant ketika diberikan kepada konsumen.</p>

2.	 <p>Label kemasan Frozen Food Mas Fian sebelum dilakukannya pendampingan. Masih menggunakan label kemasan yang lama, terdapat kurangnya penjelasan dari suatu produk yang akan dijual. Kemudian perpaduan warna yang kurang menarik konsumen, karena terkesan terlihat jadul dan kurang menarik minat konsumen.</p>	 <p>Label kemasan Frozen Food Mas Fian ketika sudah dilakukannya tahapan pendampingan. Terdapat penjelasan produk yang akan dijual, kemudian mengubah perpaduan warna untuk background, font label kemasan tersebut.</p>
3.	 <p>Label kemasan Emping Jagung ketika belum dilakukannya pendampingan. Masih menggunakan kemasan yang tidak ada penjelasan rasa dari emping jagung tersebut. Paduan warna juga kurang menarik, belum ada penjelasan komposisi, PIRT, halal.</p>	 <p>Label kemasan Emping Jagung sudah melalui tahapan pendampingan. Mengubah paduan warna pada label kemasan agar lebih menarik, penjelasan rasa dari emping jagung juga sudah lebih jelas dan sudah menambahkan PIRT serta menambahkan logo halal.</p>

DISKUSI

Usaha mikro kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di suatu daerah. Memiliki peranan penting untuk perekonomian karena mampu memberikan peluang bisnis dengan mengenalkan produk hasil kreatifitas dari asal daerah tersebut. Perannya bukan hanya mengatasi masalah perekonomian akan tetapi juga memberikan kontribusi dalam penyedia lapangan pekerjaan (Indriyani, 2017). Kelurahan Turi di Kota Blitar memiliki berbagai pelaku UMKM yang beragam, mulai dari mengangkat ikon dari nama kelurahan Turi yaitu Batik Kembang turi, kemudian berbagai macam makanan-makanan jadul. UMKM yang saat ini juga mulai berkembang adalah Frozen

Food Mas Fian, Emping Jagung Arum yang memiliki potensi bisa berkembang lebih maju dan bisa bersaing dengan kompetitor yang memiliki kesamaan produk.

Saat ini usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) harus mengikuti perkembangan zaman, semakin ketatnya persaingan juga akan semakin sulit untuk menembus pasar yang lebih besar. UMKM di Kelurahan Turi harus mengembangkan usahanya salah satunya adalah mulai membangun identitas usaha mereka, kemudian juga harus memperhatikan label kemasan produk, packaging produk agar masyarakat dan konsumen memiliki kepercayaan terhadap usaha yang sedang dijalankan. Melalui informasi akan memberikan ingatan tentang merek kepada konsumen (Inayati dan Wahyuni 2017). Pelaku UMKM harus memiliki kreatifitas dan inovasi untuk mengembangkan usahanya, karena usaha ini berjalan pada usaha mikro kecil dan menengah, maka harus lebih dulu membangun hal yang membuat masyarakat dan konsumen tertarik dengan produk yang dijual. UMKM sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi kelembagaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas pelaku UMKM (Darwanto 2013:142-149).

Identitas Produk adalah hal terpenting ketika melakukan kegiatan usaha, identitas produk bisa dimulai dari memiliki label kemasan yang khas dari brand tersebut, packaging dari produk yang dijual berguna untuk menarik perhatian masyarakat dan konsumen. Identitas merek bertujuan untuk menciptakan gambaran atau brand image sehingga merek akan hidup dalam pikiran konsumen (Simamora 2002). Namun merek pada produk juga termasuk dalam hal membangun identitas, karena merek menjadi salah satu unsur penting dalam keberhasilan pemasaran produk tersebut. Merek adalah nama, istilah, logo tanda atau lambing atau kombinasi diantaranya yang memiliki maksud untuk mengidentifikasi produk dari penjual satu dengan yang lainnya, (Ambadar, dkk. 2007). Dengan memperbaiki label kemasan, packaging produk selanjutnya akan terciptanya *brand awareness* atau kesadaran merek, Kesadaran merek (*brand awareness*) adalah kemampuan mengukur pengetahuan tentang keberadaan merek (Yudhiartika dan Haryanto 2012). Kesadaran merek sangat berguna untuk UMKM yang sedang berkembang, karena dengan membangun *brand awareness* akan menciptakan kesadaran konsumen terhadap merek suatu produk yang nantinya akan dengan mudah menjangkau pasar yang lebih luas dengan begitu akan mudah untuk meningkatkan penjualan UMKM tersebut. Maka sangat penting bagi UMKM untuk membangun identitas

produk atau brand untuk menciptakan kesadaran merek pada konsumen dan masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan. Maka dapat disimpulkan ketiga mitra UMKM yang ada di kelurahan turi yang sebelum dilakukan program kerja yang telah disusun ialah pendampingan pengembangan label kemasan untuk membangun identitas produk kini sudah memiliki label kemasan yang baru, packagng produk yang sudah di perbarui dan juga pengetahuan pentingnya membangun identitas brand atau produk. Tidak hanya memberikan kualitas produk yang dijual terbaik, namun melupakan unsur yang kecil namun penting untuk membangun citra yang baik bagi usaha yang dijalankan. Ketika suatu usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sudah memiliki citra yang baik serta mendapatkan perhatian dari masyarakat serta konsumen, akan lebih mudah untuk mendapatkan pasar yang lebih luas dan bisa meningkatkan penjualan bagi pelaku UMKM yang ada di Kelurahan Turi, Kota Blitar.

DAFTAR REFERENSI

- Darwanto, Dwidjono Hadi. 2013. “Peningkatan Daya Saing UMKM Berbasis Inovasi Dan Kreativitas (Strategi Penguatan Property Right Terhadap Inovasi Dan Kreativitas).” *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi* 20 (2): 24200. <https://www.neliti.com/publications/24200/peningkatan-daya-saing-umkm-berbasis-inovasi-dan-kreativitas-strategi-penguatan>.
- Nugrahani, Rahina. 2015. “Peran Desain Grafis Pada Label Dan Kemasan Produk Makanan UMKM.” *Nugrahani | Imajinasi: Jurnal Seni*. July 1, 2015. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846/5795>.
- “View of Perkembangan UMKM (Usaha Mikro Kecil Dan Menengah) Di Indonesia.” n.d. <https://journal.upp.ac.id/index.php/cano/article/view/627/400>.
- Indriyani, Siwi. 2017. “Peran Wirausahaan Dan UKM Untuk Mengatasi Pengangguran Dan Kemiskinan Ditinjau Dari Geografi Ekonomi Indonesia.” *Indriyani | Seminar Ekonomi Dan Bisnis (SNEBIS)*. July 16, 2017. <https://ojs.ekonomi-un kris.ac.id/index.php/SNEBIS/article/view/211>.
- Wijayanti, Rena Feri, Lina Budiarti, Erlangga Andi S, Joni Dwi Pribadi, and Shinta Maharani Trivena. 2020. *Bimbingan Dan Pelatihan Desain Label Kemasan Pada UKM Kerupuk Di Desa Ampeldento Karangploso*. Vol. 7. Gadjah Mada University. <http://j-abdimas.polinema.ac.id/index.php/abdimas/article/view/92/pdf>.
- Yudhiartika, Dian, & Haryanto. 2012. “Pengaruh Personal Selling, Display, Promosi Penjualan Terhadap Kesadaran Merek Dan Intensi Membeli Pada Produk Kecantikan Pond’s.” 2012. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/bse/article/view/2187>
- Simamora, Bilson. 2002. *Aura Merek*. Gramedia Pustaka Utama
- Inayati, & Wahyuni. 2017. “Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian.” 2017. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1433>.