

SOSIALISASI DESAIN KEMASAN SEBAGAI DAYA TARIK PRODUK BAGI UMKM MAKANAN DAN MINUMAN JAKPRENEUR WILAYAH JAKARTA SELATAN

Febri Rakhmawati Arsj
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas Institut, Jakarta
febirakhma@gmail.com

ABSTRAK

Perekonomian Indonesia khususnya ekonomi kreatif sudah masuk peringkat tiga besar dunia dari presentase terhadap produk domestic bruto (PDB). Indonesia berada di bawah Amerika dengan industry Hollywood dan korea dengan K-Pop. Salah satu upaya pemerintah dalam memulihkan perekonomian melalui kementerian Koperasi dan UMK, dengan menghadirkan program yang tepat sasaran dan efektif bagi para pelaku UMKM. Caranya dengan memberikan pelatihan, sosialisasi dan pendampingan kepada para pelaku UMKM yang sesuai dengan kendala yang dihadapi dalam memasarkan produknya ke pasar. Salah satu kendala yang banyak dihadapi pelaku UMKM adalah pengemasan produk yang kurang menarik yang belum dapat menonjolkan keunikan dari produk.

Kata Kunci : Industri Kreatif, UMKM, Kemasan

ABSTRACT

The Indonesian economy, especially the creative economy, has entered the world's top three in terms of the percentage of gross domestic product (GDP). Indonesia is under America with the Hollywood industry and Korea with K-Pop. One of the government's efforts to restore the economy is through the Ministry of Cooperatives and MSEs, by presenting programs that are targeted and effective for MSME actors. This is done by providing training and socialization to MSME actors in accordance with the obstacles faced in marketing their products to the market. One of the obstacles faced by many MSME actors is attractive product packaging that can highlight the uniqueness of the product.

Keywords : Kreatif Industry, UMKM, Packaging

PENDAHULUAN

Pandemi COVID-19 masuk ke Indonesia sekitar bulan Maret 2020, membawa dampak signifikan ke berbagai sektor di Indonesia yang memicu sentiment negatif, terutama di bidang perekonomian. Salah satu bidang usaha yang akan merasakan imbasnya adalah dunia usaha. Sektor usaha akan mengalami perubahan termasuk juga sektor usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM).

Di tengah pandemic Covid 19, menimbulkan banyak ide bisnis serta jiwa entrepreneur bagi para pelaku UMKM. Para UMKM melihat momentum yang tepat dengan adanya kondisi saat ini seperti adanya physical distancing dengan gerakan Pembatasan social dan Berskala Besar (PSBB) serta PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat). Mengutip dari data Kementerian Koperasi dan UKM bahwa secara jumlah, UMKM memiliki pangsa pasar sekitar 99,99% (62,9 juta unit) dari total keseluruhanpelaku usaha di Indonesia pada tahun 2017 (depkop.go.id). Adapun kriteria UMKM melalui kementerian Koperasi dan Usaha kecil dan Menengah yang dimuat pada undang-undang yang terlihat pada tabel 1 yakni

Tabel 1. Kriteria UMKM menurut Undang-Undang

KriteriaUsaha	Aset	Omzet
1. Usaha Mikro	Maksimal 50 Juta	Maksimal 300 Juta
2. Usaha Kecil	> 50 Juta - 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
3. Usaha Menengah	> 500juta – 10 Miliar	> 2,5Miliar - 50Miliar

Sumber : Wulan Ayodya (2020)

Pelaku UMKM memulai usahanya dari rumah dengan membuat sendiri (home made) produknya. UMKM yang mampu menggali potensinya dengan menciptakan produk yang benar-benar baru atau mengembangkan produk yang sudah ada, menjadi nilai tambah baru, yaitu seperti produk lebh efisien, lebih murah atau memiliki dua fungsi baru akan membuat ketertarikan banyak konsumen.

Industri dan produk kreatif dianggap mampu menjadi solusi untuk menghadapi era revolusi industry. Kreativitas dan inovasi sangat dibutuhkan oleh UMKM agar menghasilkan produk kreatif. Persaingan yang ketat di dunia usaha di masa pandemic Covid-19, juga mampu disiasati dengan menghasilkan barang ataupun jasa kreatif yang memberikan nilai tambah baru. Akan lebih baik jika setiap UMKM memiliki kreativitas dan produk kreatif sebagai inovasi usahanya. Dengan inovasi yang apalagi sulit ditiru oleh pesaing lain, maka akan meningkatkan pengembangan usahanya. Produk kreatif dan inovatif membuat UMKM dapat lebih bersaing dengan industry lainnya. Untuk itu, pemerintah Indonesia sedang gencar-gencarnya mendorong industry kreatif dengan konsep ekonomi kreatif. Indonesia memiliki 16 subsektor industry kreatif yakni dapat dilihat pada tabel 2

Tabel 2. Subsektor Industry Kreatif

1. Aplikasi dan Pengembangan Permainan	4. Desain Interior	9. Fotografi	13. Penerbitan
2. Arstektur	5. Desainn Komunikasi Visual	10. Kriya	14. Periklanan
3. Desain Produk	7. Seni Pertunjukan	11. Kuliner	15.Seni Rupa
4. Fashion	8. Film, Animasi dan Video	12. Musik	16. Televisi dan Radio

Sumber : bekraf.go.id

Untuk membantu percepatan pertumbuhan industry kreatif, Provinsi DKI Jakarta sebagai salah satu poros pertumbuhan ekonomi nasional telah menyiapkan program dalam rangka menumbuhkan Wirausaha Baru dan juga Wirausaha Naik Kelas melalui kegiatan *Jakpreneur*. *Jakpreneur* merupakan salah satu Kegiatan Strategis Daerah (KSD), dengan landasan hukum **Pergub Nomor 2 Tahun 2020** yang merupakan **penyempurnaan standarisasi kerja** dalam program OK OCE yang dimulai pada 2018 dan Pengembangan Kewirausahaan Terpadu (PKT) pada 2019 lalu.

Jakpreneur merupakan wadah kreasi, fasilitasi, dan kolaborasi pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang dilakukan melalui ekosistem kewirausahaan, seperti *start-up*, institusi pendidikan, maupun institusi pembiayaan. Melalui program ini, para pegiat UMKM akan mendapatkan akses untuk meningkatkan keterampilan dan kemandirian dalam mengembangkan potensi usaha, dengan cara-cara kolaboratif antara Pemprov, dunia pendidikan, dunia usaha, masyarakat, lembaga, atau pihak-pihak lainnya. Saat ini *Jakpreneur* memiliki Konsep 7 PAS, yaitu : Perekrutan, Pelatihan, Pendampingan, Perizinan, Pemasaran, Pelaporan Keuangan dan Permodalan (<https://jakpreneur.jakarta.go.id>)

Salah satu sector kreatif yang dibahas pada sosialisasi ini adalah bagaimana mendesain kemasan produk bagi para pelaku UMKM. IKPIA Perbanas bekerja sama dengan para *Jakpreneur* Jakarta Selatan dalam mengedukasi para UMKM khususnya bagaimana membuat desain kemasan yang menarik. Para UMKM masih belum paham bahwa kemasan memegang peranan dalam memasarkan produk yang dibuat. Pemahaman konseptual yang minim mengakibatkan para UMKM dalam mengemas produknya masih terbatas hanya melindungi produk makanan dan minuman saja. Berdasarkan Pusat Penelitian Ekonomi LIPI (P2E LIPI) telah memprediksi bahwa salah satu sector pariwisata yang paling berdampak yakni UMKM terutama pada bidang makanan dan minuman, sebesar 27% (Fadilah, 2020).

Hal tersebut senada dengan pidato presiden Jokowi, bahwa para pelaku UMKM masih memiliki banyak kendala seperti permodalan, menciptakan merek serta dalam mendesain produk dan kemasan yang bisa menarik perhatian dan mendapatkan pasar atau pelanggan baru (Lili Marlinah). Berdasarkan data dari Kementrian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa terdapat sekitar 163.713 UMKM dan 1.785 koperasi yang terdampak Covid-19. (Novika, 2020)

IKPIA Perbanas sebagai salah satu perguruan tinggi di Indonesia juga memiliki kewajiban untuk memberikan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat khususnya pelaku UMKM untuk mengembangkan digitalisasi UMKM, memotivasi dan memberikan semangat kepada pelaku UMKM untuk berkreasi memanfaatkan teknologi yang dapat digunakan dalam pemasaran suatu produk secara digital.

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Perbanas Institute berkolaborasi dengan *Jakpreneur* wilayah Jakarta Selatan bertujuan untuk :

1. Memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM untuk mendesain kemasan lebih menarik pada produknya
2. Mendorong pelaku UMKM untuk berkreasi dan berinovasi dalam desain kemasan produknya

Manfaat dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dengan memberikan sosialisasi desain kemasan pada produk makanan dan minuman diharapkan bermanfaat bagi pelaku UMKM Jakpreneur Jakarta Selatan untuk menjual produknya lebih menarik sehingga menjadi daya tarik bagi calon konsumen untuk membeli serta meningkatkan penjualan produk yang dipasarkan oleh pelaku UMKM tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan PKM dalam rangka Dies Natalis Perbanas Institute ke-52 dengan tema “*Toward Economic Recovery by Accelerating Human Capital and Digital Transformation*” dilakukan pada tanggal 24 Juni 2021 berkolaborasi dengan PPK UKM Provinsi DKI Jakarta secara *daring* menggunakan *Zoom Meeting*. Pembukaan kegiatan sosialisasi bagi Jakpreneur dimulai pada pukul 07.30 melalui *Zoom Meeting*: dengan URL: <https://us02web.zoom.us/j/81773337747?pwd=azFpYWtVTldmbjl6VDBobzVqS1BGdz09>
Meeting ID: 817 7333 7747
Passcode: perbanas

Susunan acara pembukaan kegiatan sosialisasi bagi Jakpreneur disajikan pada tabel berikut:

Tabel 3. Susunan Pembukaan Kegiatan Sosialisasi berkolaborasi dengan PPK UKM Provinsi DKI Jakarta

Pukul	Durasi	Acara	Keterangan
08.00 – 08.30	30 menit	Registrasi Peserta, Pembacaan Tata Tertib Peserta	MC (Perbanas)
08.30 – 08.35	5 menit	Pembukaan	MC
08.35 – 08.40	5 menit	Penayangan Profil Perbanas & Jakpreneur	MC dan Operator
08.40 – 08.45	5 menit	Pembacaan Doa	Pempinan Doa (Perbanas)
08.45 – 08.50	5 menit	Menyanyikan Lagu Indonesia Raya	MC (Perbanas)
08.50 – 08.55	5 menit	Laporan Kegiatan PKM Perbanas Institute	Panitia PKM Perbanas
08.55 – 09.05	10 menit	Sambutan Rektor Perbanas Institute Jakarta	Prof. Dr. Hermanto Siregar
09.05 – 09.15	10 menit	Sambutan dari Kepala Dinas PPKUKM DKI Jakarta sekaligus membuka acara pelatihan	Dr. Andri Yansyah
09.15 – 09.20	5 menit	Pertukaran cendera mata	Kepala Dinas PPKUKM DKI Jakarta & Prof. Dr. Hermanto Siregar
09.20 – 09.25	5 menit	Foto bersama	MC dan Operator
09.25 – 09.30	5 menit	Penutupan dan bridging	MC dan Operator
09.30 – 09.35	5 menit	Pengantar pelatihan	MC dan Operator
09.35 - selesai		Pelatihan bagi UMKM per kelompok	Moderator

Selanjutnya acara pelatihan untuk UMKM Jakpreneur Jakarta Selatan dimulai pada pukul 09.35 melalui *Zoom Meeting*: dengan URL:

URL: <https://zoom.us/j/93862144610?pwd=VUdzR0xsRE9YUFNRdXV6dGtPRGpJQT09>

Meeting ID: 938 6214 4610

Passcode: 215145

Susunan acara Sosialisasi bagi UMKM Jakpreneur Jakarta Selatan disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. Susunan Acara Kegiatan Sosialisasi Berkolaborasi dengan UMKM Jakpreneur Jakarta Selatan

Pukul	Durasi	Acara	Keterangan
09.35 – 09.40	5 menit	Pembukaan dari ketua kelompok 8	Ibu Markonah
09.40 – 09.45	5 menit	Pengantar dan Pre Test	Bapak Stefanus
09.45 – 09.55	10 menit	Pemberian materi 1” Desain Kemasan “	Ibu Erina
09.55 – 10.00	5 menit	Ice Breaking	Bapak Stefanus
10.00 – 10.40	40 menit	Pemberian materi 2 “ Packaging Today : Think Outside The Box	Bapak Patria
10.40 – 11.50	50 menit	Diskusi dan Tanya Jawab	Seluruh peserta
11.50 – 11.55	45 menit	Foto Bersama	Seluruh peserta
11.55 – 12.00	5 menit	Penutupan Acara	Ibu Markonah

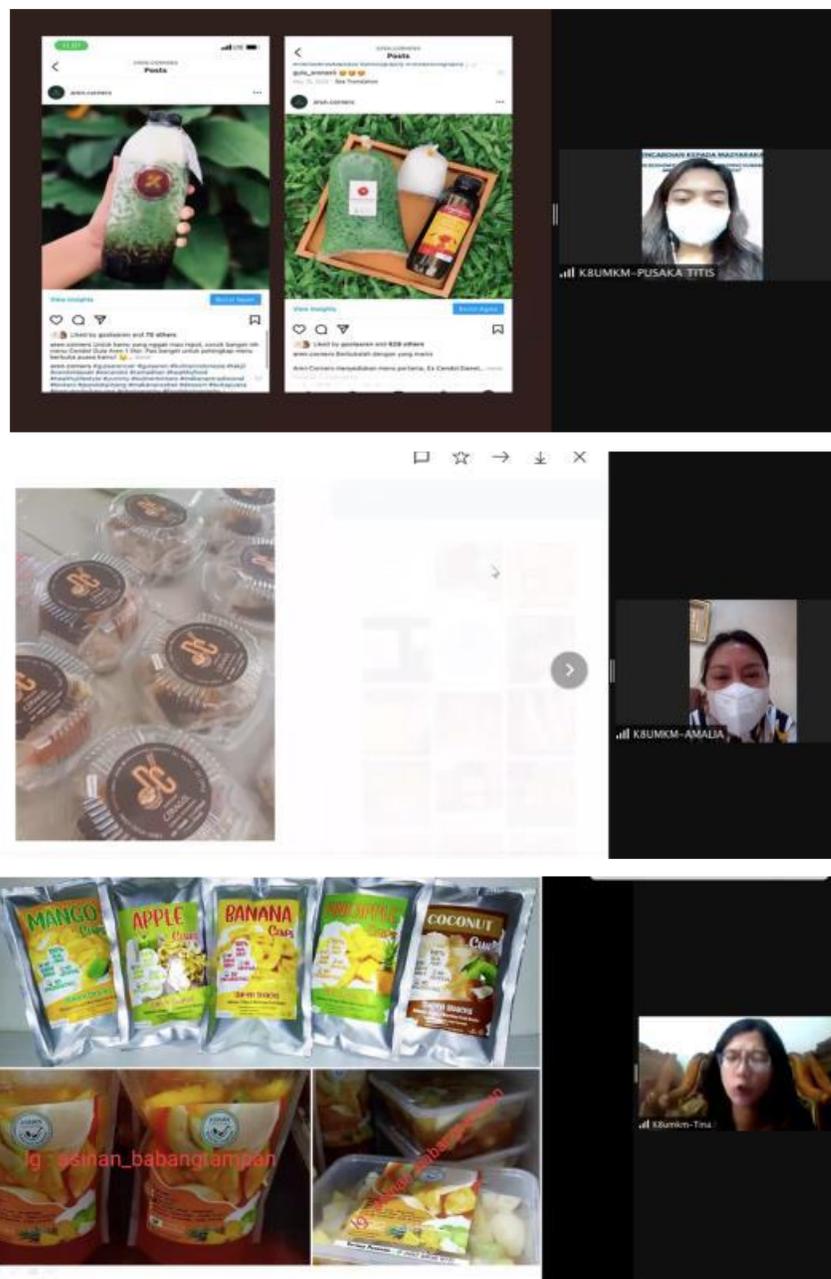
Rekaman pelatihan desain kemasan yang diberikan kepada UMKM Jakpreneur Jakarta Selatan dapat dilihat pada channel Youtube dengan url sebagai berikut :

1. https://www.instagram.com/p/CNhLUQZr7vG/?utm_medium=share_sheet
2. https://zoom.us/rec/share/5j58IycSVg-uKodeg54LQEDa2qemsJn7g6XYS2G_YuTsXeyxaivEBL9g_FUgP8DA.0_3at4QVFIrTHLc
passcode %z=6xu=Z

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri kreatif memacu para pelaku UMKM untuk berkreasi secara kreatif dan inovatif untuk menghasilkan produk yang dapat mencuri perhatian dari calon konsumen. Daya tarik dapat ditampilkan salah satunya berupa kemasan yang menarik serta eye catching sehingga membuat calon konsumen tertarik ingin mencoba dan membelinya. Kemasan memegang peranan penting dalam memasarkan produk. Kemasan menurut Kotler dan Armstrong (2018) merupakan kegiatan mendisain dan memproduksi sebuah barang. Adapun fungsi dari kemasan selain sebagai pelindung dari produk, serta memiliki fungsi lain yakni sebagai alat promosi barang dan memperkuat ekuitas merek.

Saat ini banyak sekali produk yang dikemas baik dalam bentuk box, botol, tabung atau kemasan lainnya. Kemasan datang dalam beragam bentuk, ukuran serta warna. Mendesain



Gambar 1. Contoh dari UMKM Jakprenur Jakarta Selatan

Gambar 1. Merupakan hasil dari kegiatan MKM Jakprenur Jakarta Selatan dalam mendesain kemasan produknya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) oleh dosen Perbanas Institute berkolaborasi dengan UMKM Jakprenur Jakarta Selatan berjalan dengan lancar

dan mendapat sambutan hangat dari peserta sosialisasi. Selama berlangsung diberikan materi yang dapat membuka wawasan dan keterampilan pelaku usaha mengenai desain kemasan. Diharapkan dengan adanya sosialisasi diharapkan dapat meningkatkan penjualan makanan dan minuman pelaku UMKM serta dapat melakukan desain ulang kemasan (repackage) produk agar dapat menonjolkan perbedaan yang unik dari produk dengan para pesaingnya.

Saran

Untuk melihat keberhasilan sosialisasi yang diberikan, sebaiknya dilakukan evaluasi berkala kepada pelaku UMKM mengenai sejauh mana mereka telah menggunakan digital marketing dalam mengembangkan usaha mereka, platform apa yang sudah digunakan, serta berapa banyak peningkatan penjualan produk-produk UMKM setiap 6 bulan sekali. Evaluasi diberikan untuk melihat progress kemajuan dari adanya sosialisasi dan mengetahui secara real perubahan khususnya di penjualan produk mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Arif, N. 2020. Strategi UMKM Dalam Menghadapi New Normal. Dipetik dari suara.com: <https://www.suara.com/yoursay/strategi-umkm-dalam-menghadapi-new-normal>
- Fadilah Nur Azizah, Igo Fadilah Ilham, Liza Putri Aqidah, Safira Aliyani Firdaus, Setyani Agung DwiAstuti, Imam Buchori. 2020. Strategi UMKM Untuk Meningkatkan Perekonomian Selama Pandemi Covid-19 Pada Saat New Normal. *Journal of Ecomics*. Volume 5 Nomer 1, 46-62.
- Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah. 2018. Perkembangan Data Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Uasaha Besar (UB) tahun 2017-2018. Diambil kembali dari <https://www.depkop.gp.id/data-umkm>
- Kotler and Armstrong. 2018. *Principal Marketing*. Edition 17e. Global Edtion. Pearson. United Kingdom.
- Jacky Mussry dan Ardhi Ridwansyah. 2018. *UKM Zaman Now*. Markplus Inc. PT Gramedia. Jakarta
- Lili Marlinah. 2020. Peluang dan Tantangan UMKM Dalam Upaya Memperkuat Perekonomian Nasional Tahun 2020 Di Tengah Pandemi Covid 19. *Jurnal Ekonomi*. Volume 22 Nomor 2, 118 – 124.
- Novika, S. 2020. Bakal Ada New Normal, UMKM:Manimak Goyangan Ekonomi Muncul. Diambil kembali dari Detik Finance: <https://m.detik.com/>

Nofianti, L. 2020. Solusi UMKM di New Normal. Dipetik Juni 24, 2020, dari <https://uin-suska.ac.id/2020/06/16solusi-umkm-di-new-normal/>

[Wulan Ayodya. \(2020\). UMKM 4.0. Strategi UMKM Memasuki Era Digital. Gramedia. Jakarta.](#)