

# PACKAGING UMKM KERIPIK SINGKONG, MBOTE, PISANG BU SAMI DI KECAMATAN PRIGEN, DESA DAYUREJO DUSUN GAMOH GUNA MENINGKATKAN KUALITAS PRODUK DAN DAYA TARIK PEMBELI DAN WISATAWAN

<sup>1</sup>EKO PRASETYO, <sup>2</sup>ALFIAN BAHRUL ALAM, <sup>3</sup>REYHAN YAHYADHITYA, <sup>4</sup>MICHAEL ROBI LOMI

<sup>1,2</sup>Fakultas Teknik, <sup>3,4</sup>Fakultas Hukum

Universitas Bhayangkara Surabaya

Jl. Ahmad Yani No.114 Surabaya Telp. (031) 8285602, Fax. (031) 8291107

email : <sup>1</sup>eko@ubhara.ac.id, <sup>2</sup>aalvian07@gmail.com, <sup>3</sup>adhoett@gmail.com, <sup>4</sup>michaelrobi@gmail.com

## ABSTRAK

Kabupaten Pasuruan Desa Dayurejo merupakan tempat wisata dimana di setiap dusun dari desa tersebut masyarakat sekitar banyak membuka peluang usaha kecil yaitu pihak UMKM yang memasarkan produk-produk mereka yang sebagian besarnya berasal dari perkebunan mereka sendiri seperti keripik singkong, mbote, pisang dari UMKM Bu Sami dimana pemasaran produk tersebut dilakukan di tempat wisata Hutan Cempaka yang ada di Dusun Gamoh. Permasalahan yang dialami oleh Bu Sami adalah Packaging yang kurang praktis serta desain yang masih kurang menarik minat pembeli oleh sebab itu kami dari kelompok KKN ABHIPRAYA mempunyai solusi dari permasalahan yang di alami oleh Bu Sami yaitu dengan membuat packaging baru dalam olahan keripik Bu Sami serta mendesain kembali stiker dari packaging yang lama agar dengan adanya packaging serta desain yang baru menjadi lebih praktis dan desain stiker yang lebih menarik daripada stiker yang lama guna meningkatkan kualitas produk dan menjadi daya tarik untuk para pembeli.

Kata kunci : Daya Tarik Pembeli, Pembuatan Packaging dan Desain Stiker yang Baru, Solusi, Pemasaran Produk.

## ABSTRACT

*Pasuruan Regency Dayurejo Village is a tourist spot where in each hamlet of the village the surrounding community opens many small business opportunities, UMKM that market their products which mostly come from their own plantations such as cassava chips, mbote, bananas from Bu Sami where the marketing of these products is carried out in the Cempaka Forest tourist attractions in Gamoh Hamlet. The problem experienced by Bu Sami is the same packaging less practical and designs that still do not attract buyers, therefore we from the ABHIPRAYA KKN group have a solution to the problems experienced by Mrs. Sami, namely by making new packaging in processed Mrs. Sami chips and redesigning stickers from the old packaging so that the new packaging and design become more practical and sticker designs that are more attractive than the old stickers to improve product quality and become an attraction for attraction for buyers.*

*Keywords : Buyer Attraction, New Packaging and Sticker Design, Solution, Product Marketing.*

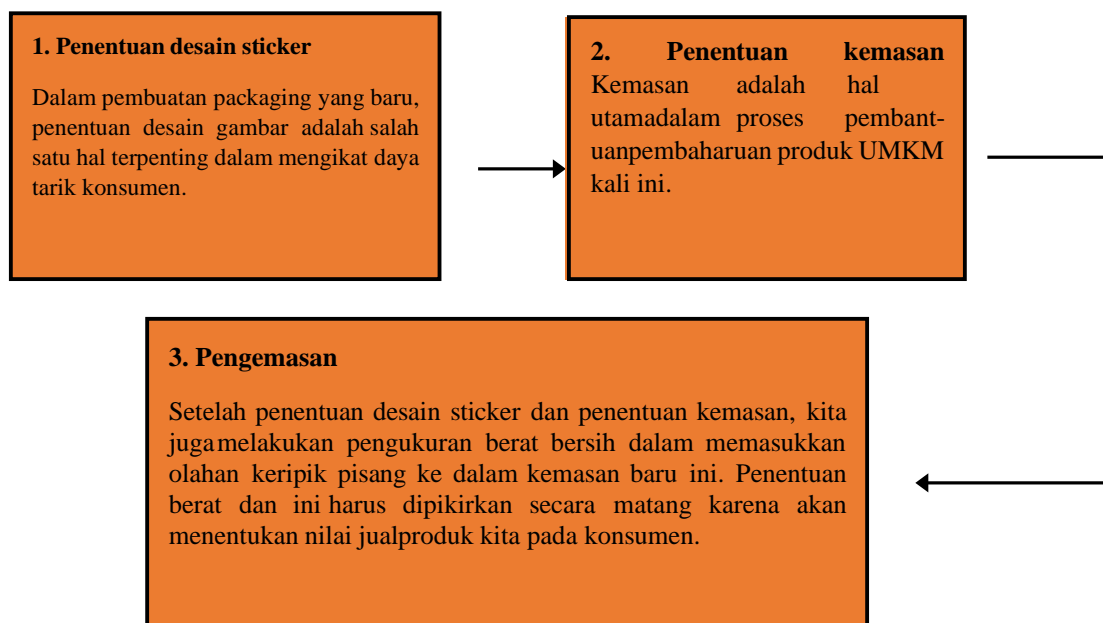
## 1. PENDAHULUAN

Packing adalah suatu alat atau material yang kemudian digunakan untuk membungkus barang. Packaging atau packing sendiri berfungsi untuk memberikan perlindungan terhadap barang serta menampilkan pesan produk. Oleh sebab itu, dalam membuat desain dan bentuk packaging tidak boleh sembarangan, karena bisa mempengaruhi citra dari produk atau bisa mempengaruhi nilai konsumen. Jika dilihat dari kaca mata Jasa angkut barang, packing memiliki arti sebagai system terkoordinasi dalam menyiapkan barang untuk penanganan,

transportasi, distribusi, penyimpanan, penjualan eceran, konsumsi, dan pemulihan yang aman, efisien dan efektif, serta dikombinasikan dengan memaksimalkan nilai konsumen, penjualan, dan keuntungan[1]. Ketika membeli sebuah produk, biasanya ada kemasan untuk menutupi dan menjaga kualitas produk. Nah, kemasan atau packaging adalah bagian penting dari manajemen produk. Karena selain melindungi packaging juga menjadi ciri - ciri dari produk yang bisa dikenali oleh konsumen. Menurut Geek Tonight, packaging adalah suatu proses untuk melindungi dan menginformasikan orang - orang seputar produk yang dihasilkan oleh suatu brand. Artinya, tanpa packaging, suatu produk tidak bisa disimpan atau dipindahkan dari satu lokasi ke lokasi lainnya. Selain itu, packaging juga menjadi cerminan identitas dari sebuah brand yang ditunjukkan melalui produknya. Disamping itu, packaging juga membuat sebuah produk lebih marketable, aman, dan tetap bersih hingga sampai ditangan konsumen. Dalam observasi kami terhadap UMKM Bu Sami adalah permasalahan tentang packaging yang kurang praktis dan juga desain serta daya Tarik pembeli yang kurang terhadap produk olahan keripik Bu Sami dimana di era serba modern ini banyak berbagai bentuk packaging dan desain yang menarik minat pembeli.[2] Oleh sebab itu menjadi penyebab daya tarik pembeli dari UMKM Bu Sami menurun karena tidak adanya perkembangan modern dalam bentuk packaging serta desain dari produk olahan keripik Bu Sami. Oleh karena itu kami menyampaikan solusi untuk Bu Sami dimana kami membuat packaging yang baru yang lebih praktis dan masa penyimpanan produk yang lebih awet serta desain yang digunakan memakai stiker yang lebih menarik dari pada desain stiker yang dulu dan respon dari UMKM Bu Sami adalah menerimanya solusi yang kami berikan.[3]

**2. METODE**

Metode yang kami gunakan untuk packaging olahan keripik Bu Sami sama halnya baik itu Mbote, Singkong, Pisang. Kami membuat menjadi satu desain dan packaging tetapi dengan desain yang lebih menarik dan praktis. Berikut alur metode.



Gambar 1. Flowchart Alur daripada Penentuan Desain Packaging Baru

Dalam gambar 1 menerangkan tentang metode yang menjadi pembaharuan dari produk olahan keripik Bu Sami dimana penentuan desain stiker dan penentuan kemasan, pengemasan yang menjadi daya tarik pembeli yang mana tampilan yang jauh lebih modern dan praktis serta desain yang menarik sehingga wisatawan yang ada di Hutan Cempaka lebih menyukai desain yang modern sekarang yang dimiliki oleh UMKM Bu Sami karena Bu Sami juga sering memasarkan produknya di tempat tersebut selain di rumah.[4] Setelah penjelasan flowchart alur pembuatan desain packaging baru pada gambar dibawah ini yakni gambar 2 adalah bentuk fisik dari packaging lama yang sebelumnya digunakan Bu Sami dalam pembungkusan hasil olahan UMKM Keripik. Lalu, pada gambar 3 adalah bentuk fisik hasil pembuatan desain packaging terbaru hasil desain dari anggota KKN Abhipraya kepada UMKM Keripik Bu Sami.[5]

Desain Packaging Lama



Gambar 2. Gambar Packaging lama

Desain Packaging Baru



Gambar 3. Gambar Packaging Baru

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

- **Primer**

Packaging primer merupakan bentuk packaging yang secara langsung membungkus produknya. Tidak hanya itu, packaging primer juga dimaksudkan supaya konsumen dapat mengidentifikasi produk, mendapatkan product knowledge, dan membantunya ketika ingin menggunakan atau mengonsumsi produk. Apabila suatu produk menghilangkan packaging primernya, akan ada risiko produk tersebut mengalami penurunan kualitas atau bahkan kerusakan. Packaging primer juga dapat berperan sebagai alat promosi untuk menarik konsumen saat point of sale.

- **Sekunder**

Packaging sekunder adalah packaging yang umumnya digunakan untuk mengelompokkan beberapa unit produk menjadi satu saat point of sale. Jenis packaging ini sendiri dapat membantu saat melakukan manajemen inventory seperti pengelompokan atau identifikasi produk sebelum dipajang di depan konsumen. Tidak seperti packaging primer, menghilangkan packaging sekunder tidak akan berpengaruh ke kualitas dari suatu produk.

- **Tersier**

Packaging tersier, yang biasa disebut sebagai bulk atau transit packaging, digunakan untuk mengelompokkan produk dalam jumlah besar ketika produk akan dipindahkan dari poin A ke poin B. Tujuan utama dari packaging ini yaitu untuk memudahkan perpindahan produk dalam jumlah besar secara aman. Di sisi lain, packaging tersier juga memungkinkan penanganan dan penyimpanan produk dalam jumlah besar dengan mudah.

#### **Pentingnya Packaging Bagi Produsen:**

- **Distribusi**

Packaging yang baik memungkinkan brand untuk mendistribusikan produk dari pabriknya ke pihak seller dengan aman.

- **Penyimpanan**

Packaging yang baik dari brand memungkinkan penjual untuk menyimpan dan menjaga kualitas produk agar tetap baik.

- **Promosi**

Packaging bisa menjadi tool marketing karena brand dapat menggunakannya untuk membedakan produknya dari kompetitor. Tidak hanya itu, packaging juga dapat menjadi daya tarik untuk konsumen selain memberikan penjelasan seputar produk tersebut.[6]

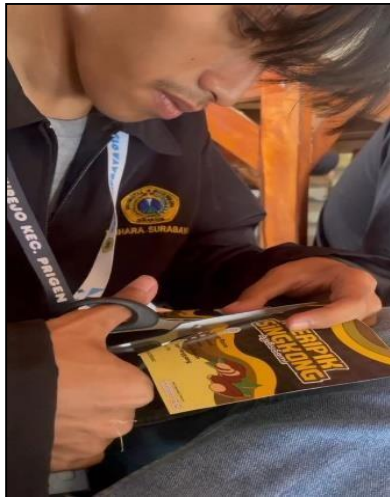
- **Keamanan**

Packaging yang baik juga mencegah produk rusak sebelum sampai di tangan konsumen.

**Pentingnya Packaging Bagi Konsumen:**

- Identifikasi  
Penting untuk membantu konsumen mengetahui dan membedakan suatu produk dari yang lainnya.
- Penggunaan  
Packaging juga bantu konsumen dalam menggunakan produk.
- Keamanan Packaging juga dapat melindungi konsumen dari kandungan berbahaya dalam produk. Contohnya, produk berbahan kimia yang dapat menyebabkan luka bagi konsumen bila terkena kontak langsung di kulit.[7]

*Proses Pemotongan Stiker Untuk Kemasan*



*Gambar 4. Pengguntingan Stiker Desain Packaging Baru*

*Proses Pengemasan Olahan Keripik*



*Gambar 5. Penimbangan berat Bersih Keripik Bu Sami*

*Proses Penimbangan Isi Olahan Keripik*



*Gambar 6. Proses Penyajian Keripik Bu Sami*

Tahap yang dilakukan oleh anggota KKN Abhipraya Universitas Bhayangkara Surabaya ini memberikan bentuk alur yaitu pada gambar 4 adalah proses cutting atau pemotongan stiker desain terbaru dari packaging yang akan digunakan seterusnya oleh Bu Sami.[8] Lalu, pada gambar 5 ialah proses penimbangan berat bersih isi keripik yang akan dikemas. Dan yang terakhir ada pada gambar 6 merupakan proses penyajian serta penguncian keripik kedalam kemasan agar kemasan terjaga kerenyahannya. [9]

Gambar diatas adalah contoh perbedaan desain packaging yang lama lalu diperbarui dengan lebih menarik dengan dengan yang baru.



Gambar 7. Desain Packaging Lama dan Packaging Baru

Pada gambar 7 adalah bentuk perbedaan dari jenis packaging dan jenis keripik yang akan digunakan oleh Bu Sami dalam penjualan seterusnya. Komponen yang tertera pada packaging lama dan packaging baru berbeda pada lapisan yaitu laminasi yang digunakan pada packaging baru menggunakan laminasi anti air yang menjadikan kelebihan pada packaging baru. Dan ada pula hasil bentuk penjualan yang memakai packaging dan desain yang baru, sebagai berikut:



Gambar 8. Hasil Penjualan Setelah Menggunakan Packaging Baru

Hasil daripada penjualan keripik Bu Sami telah didokumentasikan pada gambar 8 oleh anggota KKN Abhipraya Universitas Bhayangkara Surabaya menunjukkan peningkatan minat konsumen yang jajahkan pada acara rutin di Hutan Cempaka yang diselenggarakan oleh kerjasama antara Cargill, Hutan Cempaka, dan Pemerintah setempat.[10]

#### 4. KESIMPULAN

Kemasan merupakan faktor yang penting dalam sebuah produk. Kemasan merupakan salah satu solusi dalam menarik perhatian konsumen karena berhadapan langsung dengan konsumen. Citra dari sebuah produk/ image diketahui dari kemasan yang membungkusnya. Sehingga kemasan dapat membentuk pola pikir konsumen terhadap produk tersebut. Bentuk dan desain kemasan dipengaruhi oleh produknya. Penyesuaian produk dan kemasan sangat kritikal dalam mendesain suatu kemasan. Pemilihan materi juga harus diperhatikan dalam proses desain. Pemilihan tersebut harus mempertimbangkan karakteristik dari produk yang dikemas karena akan berpengaruh dalam keawetan dari produk Dalam membuat kemasan banyak pertimbangan yang harus dipikirkan selain dari faktor estetis dan fungsionalnya, kemasan yang baik harus dapat menarik perhatian dari konsumen.

Dengan dilakukannya pembaharuan terhadap kemasan Keripik Pisang Bu Sami ini menambah kesan menarik yang membuat pengunjung pada festival rutin jajanan UMKM Desa Dayurejo yang bertempat di Hutan Cempaka banyak berdatangan dan bertanya mengenai produk keripik dari Bu Sami. Pengertian "menarik" di sini

tidak sebatas dapat menarik perhatian konsumen kemudian dilanjutkan dengan tindakan keputusan membeli produk, tetapi juga bagaimana kemasan tersebut memiliki ciri khas tersendiri. Hal-hal yang telah disebutkan, tidak hanya untuk kemasan makanan saja tetapi juga berlaku terhadap semuanya.

**UCAPAN TERIMA KASIH**

Kepada Bapak Wahono, selaku Kepala Desa Dayurejo, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan yang telah memberikan bimbingan dan dukungan penuh,

Kepada Bapak Tamsuri, sebagai Kepala Dusun Gamoh, Desa Dayurejo, Kecamatan Prigen, Kabupaten Pasuruan yang telah menjadi tiang bagi keberlangsungan proyek ini,

Kepada Ibu Sami, pelaku UMKM yang telah berbagi wawasan dan semangatnya, Serta kepada seluruh warga dusun Gamoh yang telah memberikan keramahan dan kerjasama tak terhingga,

Terima kasih atas kesabaran, dukungan, dan kerja keras yang telah diberikan kepada kelompok 015 selama KKN. Tanpa bimbingan, dukungan, dan semangat dari Bapak/Ibu sekalian, proyek kami tidak akan mencapai kesuksesan yang kami raih hari ini.

Tidak lupa, terima kasih kepada Ahmad Ricy Afandi, Alifya Ayu Myranti, Daffa Waradana, Kurnia Triananda Permata, M. Febryansyah Hadi Putra, M. Raja Akbar, M. Wisang Firmanto, Nurul Istiana, Rizka Ardiana Fitrianti, Rizqa Insan Alifah, Salsabilla, dan Wisnu Gumilang S. atas dedikasi, kerja keras, dan semangatnya dalam menjalankan misi KKN ini.

Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan berharga ini. Semoga kerjasama kita menjadi bekal yang berharga untuk masa depan yang lebih baik. Sukses selalu untuk kita semua.

Salam hormat,

Kelompok KKN Abhpiraya 015,  
Universitas Bhayangkara Surabaya

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] F. A. Nofirda, I. Ahmad, A. Syavira, N. Ramadhanti, N. H. Marsyhandya, and M. Syakilla, "UPAYA PENINGKATAN OMSET PENJUALAN DENGAN PENGGUNAAN DIGITAL MARKETING DAN EKONOMI HIJAU MELALUI PACKAGING PADA 'USAHA KUE NONA MANIS,'" *Community Dev J*, vol. 4, no. 2, pp. 2414–2421, 2023.
- [2] D. Irawan and M. W. Affan, "PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM IKATAN PENGUSAHA AISYIYAH DI KOTA MALANG," *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, vol. 1, no. 1, Feb. 2020, doi: 10.22219/janayu.v1i1.11188.
- [3] I. A. Laksmi, N. Sari, D. Ayu, P. Adhiya, and G. Putri, "PEGEMBANGAN UMKM JAJAN SENGAIT DI DESA SADING MELALUI INOVASI BRANDING DAN PACKAGING DEVELOPMENT OF SENGAIT SNACK MSMES IN SADING VILLAGE THROUGH BRANDING AND PACKAGING INNOVATION," 2021.
- [4] Sutarti, Anharudin, and B. Maulana, "Product Packaging Innovation as a Means of Increasing Consumer Attractiveness in UMKM Kubang Jaya Village," *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 7, no. 1, Feb. 2023, doi: 10.31849/dinamisia.v7i1.13319.
- [5] A. Saputro, M. Anif, and B. Hari Prasetyo, "Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis."
- [6] P. korespondensi, C. Wulandari, A. Al Kholili, A. Choirunnisa, and M. Mukhlas Cahyadi, "Optimalisasi Potensi UMKM Melalui Legalisasi dan Digitalisasi untuk Meningkatkan Kualitas Usaha di Desa Wedung, Wedung, Demak, Jawa Tengah," vol. 1, no. 2, 2023, doi: 10.22146/parikesit.v1i1.9561.
- [7] I. A. Prayogi, R. N. K. Kurniawati, and D. Maulana, "Pendampingan UMKM Berbasis E-Commerce dan Packaging di Desa Mancak Kabupaten Serang," *BANTENESE: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, vol. 5, no. 1, pp. 156–167, Jun. 2023, doi: 10.30656/ps2pm.v5i1.6595.

- [8] M. F. Najib, Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, and Neneng Nuryati, "Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat," *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 6, no. 1, pp. 56–64, Feb. 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i1.8397.
- [9] A. Khoirunnisa and M. Ikaningtyas, "Sosialisasi Pengolahan Bunga Telang dan Branding Packaging Bunga Telang Bagi Pelaku UMKM di Kelurahan Japanan, Mojowarno, Jombang," *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 1, pp. 16–21, Nov. 2023, doi: 10.32877/nr.v3i1.833.
- [10] O. Ela Elliyana, A. Paerah, N. Iriani, and P. Studi Manajemen, "KURASI PACKAGING PRODUK UMKM DESA SOREANG KABUPATEN TAKALAR 'SIAP MEMENANGI PASAR,'" 2022.

