

Pendampingan Perbaikan Packaging dan Spanduk Penjualan Sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM

Annisa Pratiwi¹⁾, Azzahra²⁾, Dina Wiranda Johnson³⁾, Erico Al-Fayed⁴⁾, Riska Dini Wulan Febriana⁵⁾.

¹²³⁴⁵ Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Email: pratiwiannisa2212@gmail.com, zaraazzahra83@gmail.com, dinawiranda64@gmail.com, erikoalfayed737@gmail.com, riskadiniwf@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari kegiatan tersebut adalah untuk mendukung perbaikan kemasan dan spanduk Mpek-mpek raffi dalam upaya mengembalikan kemasan dan spanduk usang bagi UMKM di wilayah Kecamatan Panam Kota Pekanbaru. Strateginya antara lain dengan melakukan sosialisasi kepada UMKM Mpek-mpek raffi tentang pemutakhiran kemasan Mpek-mpek. Hal ini akan meningkatkan daya cipta pemilik dan pengurus UMKM Mpek-mpek raffi dalam hal pengemasan dan spanduk sehingga lebih menarik, aman, higienis, dan bernilai. barang pasar. Seperti terlihat di atas, para pemilik UMKM beserta jajarannya mendapat informasi baru dari sosialisasi yang dilakukan sekelompok mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Uinsuska tentang pembenahan kemasan produk dan spanduk penjualan Raffi Mpek-Mpek Palembang. Hal ini bertujuan dengan memperbaharui kemasan dan spanduk yang ditawarkan akan lebih menarik masyarakat. Kemasan dan spanduk merupakan komponen pemasaran yang krusial dan dapat menginspirasi para pekerja atau pemilik UMKM Mpek-mpek Palembang Raffi untuk mengemas secara kreatif.

Kata kunci: Pendampingan, Perbaikan, Packaging, UMKM

Abstract

In an attempt to repair outdated packaging and banners for UMKM in the Pekanbaru panam region, the activity was conducted with the goal of helping to repair the packaging and banners of Mpek-mpek raffi. In order to increase the creativity of the owners and employees of Mpek-mpek raffi UMKM in terms of packaging and banners so that they become more attractive, safe, and hygienic, increase sales, and sell value of products, the approach method used is socialization of knowledge provided to Mpek-mpek raffi UMKM. As was said in the previous conversation, UMKM owners and staff learn new information from the socialization that a group of students from the Economic Education study program conducted over the replacement of Mpek-Mpek Palembang Raffi's product packaging and sales banners. It is intended that by updating the packaging and banners offered, the community's marketability will rise. Packaging and banners play a significant role in marketing and can inspire innovative packaging in Mpek-mMpek Palembang Raffi UMKM owners and staff.

Keywords: Assistance, Repair, Packaging, UMKM

1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil Menengah (UMKM) adalah usaha perseorangan atau organisasi usaha yang memenuhi kriteria usaha kecil. UMKM merupakan salah satu usaha yang sangat dibutuhkan oleh sebagian masyarakat Indonesia sebagai penopang perekonomian sehari-hari. Jumlah UMKM di Indonesia terus meningkat dari tahun ke tahun. Kementerian

Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah mencatat pada tahun 2018 jumlah usaha mikro, kecil dan menengah telah mencapai 64,2 juta usaha dan angka tersebut telah mencapai 99,9 persen dari total usaha yang beroperasi di Indonesia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia). Indonesia, 2021).

Usaha kecil dan menengah atau UMKM didefinisikan sebagai perusahaan

perseorangan atau kelompok usaha yang memenuhi kualifikasi usaha kecil. Untuk menunjang kelancaran usaha sehari-hari, sebagian masyarakat Indonesia memang mengandalkan UMKM. Dari tahun ke tahun, UMKM di Indonesia masih mengalami peningkatan. Pada tahun 2018, terdapat 64,2 juta usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia, yang mencakup 99,9% dari seluruh usaha di negara ini, menurut Kementerian Koperasi, Usaha Kecil, dan Menengah (Kementerian Keuangan Republik Indonesia). Republik Indonesia, 2021).

Hal ini disebabkan karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan baik bagi pribadi maupun orang yang selalu ada dalam kehidupan kita. Ruang lingkup perusahaan kuliner sangat luas; mereka menyediakan segalanya mulai dari makanan ringan dan minuman hingga makan malam yang lezat (Nasution & Limbong, 2018). Makanan yang diberikan di luar jam makan biasa dan tidak termasuk dalam menu utama (sarapan, makan siang, atau makan malam) disebut makanan jajanan (Utari, 2016). (Nurhayati 2012).

UMKM Palembang Mpek-mpek Ibu Wahyu membentuk perusahaan produksi Raffi yang berdiri sejak tahun 2018. UMKM Mpek-mpek Raffi dapat ditemukan di Panam Kota Pekanbaru di Jl. Subrantas. Produk yang dibuat dengan mpek-mpek antara lain kapal selam, lenjer, sosis, dan mpek-mpek isi telur. Proses yang memerlukan pembuatan penutup luar atau wadah melalui desain dan produksi disebut pengemasan. Memiliki kemasan produk yang dirancang dengan baik sangat penting untuk menarik pelanggan. Pengemasan produk sangat penting karena, selain melindungi produk dari lecet, kerusakan, dan kelembapan, pengemasan yang dirancang dengan baik akan menarik pelanggan.

Yang pertama dan terpenting, barang mpek-mpek Palembang hanya boleh dikemas sisi kiri dan kanannya saja dengan menggunakan kertas nasi. Dilihat dari mpek-mpek raffi Palembang yang dibalut kertas nasi ini, masih terlihat polos dan jelek..

2. IDENTIFIKASI MASALAH

Kemasan produk Mpek-Mpek Palembang Raffi merupakan salah satu barang UMKM yang masih memerlukan perawatan kemasan. Syarat awal pengemasan produk

mpek-mpek Raffi Palembang adalah menggunakan kertas beras pada satu sisi sisinya dan tidak ditempel stiker branding produk. Kemasan raffi mpek-mpek Palembang bisa dikatakan lugas dan kurang menarik jika dilihat dari bahan baku rice paper atau food paper, sisi sisinya hanya berhektar-hektar, dan tidak dilengkapi stiker branding produk. Selain itu, jika ada pesanan dari konsumen jarak jauh, terdapat risiko kerugian yang sangat mudah, karena sewaktu-waktu lem atau selotip plester bisa lepas. Oleh karena itu, diperlukan kreativitas untuk memodernisasi kemasan barang UMKM yaitu Mpek-Mpek Palembang Raffi yang masih memerlukan kehati-hatian.

3. METODELOGI PELAKSANAAN

Kegiatan terkait etika bisnis dan praktik hukum ini akan berlangsung di Jalan Subrantas, Panam, Kota Pekanbaru pada tanggal 14 Juni 2024. Latihan ini bertujuan untuk mendukung UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi dalam upaya memperbaiki spanduk penjualan dan spanduk yang sudah ketinggalan zaman. kemasan.

Metode pendekatan yang digunakan adalah dengan mendistribusikan ilmu kepada UMKM Raffi Mpek-Mpek Palembang dalam pemutakhiran kemasan Mpek-Mpek. Hal ini akan membantu para pemilik dan karyawan UMKM menjadi lebih kreatif dalam memilih kemasan, sehingga produk menjadi lebih menarik, aman, dan higienis sekaligus meningkatkan penjualan dan nilai jual produk.

Program pengabdian masyarakat ini mengikuti metodologi empat tahap yang dirinci sebagai berikut:

a. Tahap Survei Lokasi

Lokasi di Jalan Subrantas, Panam, Kota Pekanbaru ini menjadi tempat dilakukannya pengabdian kepada masyarakat. Survei atau observasi keadaan produk Raffi Mpek-Mpek Palembang dan kemungkinan pemanfaatannya bagi populasi sasaran merupakan langkah awal yang dilakukan.

b. Tahap *Sharing*

berdiskusi masalah pengemasan dengan pemilik UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi dan stafnya.

c. Tahap Pengemasan

Untuk setiap produk mpek-mpek, siapkan mpek-mpek yang sebelumnya telah dikemas di atas rice paper atau food paper sesuai jumlah yang dibutuhkan. Mpek-Mpek Raffi

Palembang dikemas dengan menempatkan mpek-mpek tersebut ke dalam kemasan segar.

d. Tahap Evaluasi

Penilaian terhadap minat pelanggan terhadap kemasan mpek-mpek yang inovatif dilakukan pada saat ini (Adilah et al., 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Praktikkan hukum dan etika perusahaan dengan urutan sebagai berikut: yang pertama, informasikan kepada perusahaan mengenai tantangan yang mereka hadapi, dalam hal ini sejumlah permasalahan terkait pengemasan. Dengan banyaknya model kemasan yang tersedia, maka penting untuk menempatkan kemasan yang diinginkan oleh UMKM. Tim bersama pemilik dan staf Mpek-Mpek Palembang Raffi bermusyawarah mencari solusi atas permasalahan yang mereka hadapi.

Berikut adalah rencana yang akan dilaksanakan: Langkah pertama tim layanan dalam membuat kemasan produk melibatkan berbagi informasi dengan mitra mengenai jenis kemasan yang paling sesuai dengan atribut produk dan memperpanjang umur simpannya. Hal ini disebabkan karena kemasan yang digunakan pada masa lalu sangat rentan terhadap kerusakan produk, terutama pada pengangkutan jarak jauh. Ada kemungkinan hal ini mengakibatkan kerusakan produk yang merugikan UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi.



Gambar 1. *Sharing* Antara Sekelompok Mahasiswa Uinsuska Dengan Pemilik Serta Karyawan UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi

Untuk menemukan kemasan yang sesuai untuk pengiriman yang aman—

terutama untuk pengiriman jarak jauh—tim melakukan banyak tahapan penelitian. Dalam hal ini, dapat memperpanjang umur produk dengan memberikan perlindungan. Kantong makanan kertas merupakan pilihan yang lebih aman dan tahan lama untuk kemasan produk ini dibandingkan kemasan kertas beras, menurut hasil *sharing* tim yang bekerja sama dengan UMKM. Menjadi lebih sederhana dengan menggunakan packing ini. Berdasarkan temuan *sharing* yang telah dilakukan, terdapat beberapa hal yang menimbulkan sejumlah permasalahan yang saling berkaitan. Ada beberapa alasan yang diketahui mengenai masalah ini, termasuk;

(1) Tidak ada lagi desain paket; (2) Teknologi masih digunakan secara tidak efektif; dan (3) Manajemen perusahaan yang buruk.

Oleh karena itu, strategi berikut dapat digunakan untuk melaksanakan upaya peningkatan kapasitas:

(1) Menyadari pentingnya kemasan
(2) Penilaian kebutuhan untuk pengemasan
(3) Merancang kemasan yang berdaya saing.
Karena kemasan dapat meningkatkan transmisi informasi kepada pelanggan, hal ini menjadi pertimbangan dalam membangun solusi terhadap suatu permasalahan (Nafif 2022).



Gambar 2. Desain baru logo stiker pada kemasan dan spanduk penjualan Mpek-Mpek Palembang Raffi

Desain kemasan adalah salah satu komponen paling penting dari bauran pemasaran suatu bisnis untuk mengkomunikasikan keunggulan produknya dan mendapatkan keunggulan kompetitif, menurut McDaniel & Baker (1997). Desain kemasan merupakan media yang sangat kuat karena, seperti yang ditunjukkan oleh Orth dan Malkewitz (2008), ia hadir di titik penjualan dan berfungsi sebagai alat pengambilan keputusan yang penting bagi pelanggan. Hal ini memberikan peluang untuk lebih membedakan produk-produk perusahaan dari kebanyakan produk pesaingnya dan mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih produk-produk perusahaan.

Pentingnya pengemasan suatu produk tidak hanya berkaitan dengan keindahan produk saja, namun juga sangat berpengaruh terhadap keamanan produk yang akan dijual, dalam hal ini produk di Mpek-Mpek Palembang Raffi adalah makanan siap saji, mudah rusak selama pengiriman. Sebagaimana hasil survei yang dilakukan peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa rata-rata sebesar 4,594 menunjukkan pentingnya seluruh aspek penting dalam kemasan. Membandingkan kemasan dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas makanan, hal ini sejalan dengan pendapat Magnier (2016). Setelah itu kemasan yang baik dapat membangun kesan yang baik pada konsumen, hal ini sejalan dengan triwulan Official & Wisniarsari (2015) Gonzales, (2007) Official & Wisniarsari (2015) dan triwulan Bettels. (2020), kemasan dapat meningkatkan penjualan.

Karena kemasan dapat secara efektif mempromosikan kualitas produk dan merek tertentu melalui elemen desain grafis, teks, dan sistem, maka kemasan merupakan komponen penting dalam pemasaran. Mayoritas peneliti berkonsentrasi pada fungsinya dalam pembentukan karakteristik produk. Magnier dkk. (2016), misalnya, mengamati bahwa penggunaan kemasan ramah lingkungan berkontribusi terhadap kesan makanan berkualitas tinggi. Namun demikian, saat ini masih sedikit yang diketahui tentang proses yang terjadi selama penyelesaian paket khusus, potensi proses pemikiran, dan elemen yang mungkin memengaruhi penilaian pelanggan (Najib, 2022).

Langkah selanjutnya adalah membuat kemasan produk baru yang lebih baik dengan menggunakan kantong kertas makanan. Hal ini

dilakukan dengan menumpuk barang-barang mpek-mpek secara hati-hati, menempelkannya dengan kuat di atasnya, dan menambahkan stiker dengan merek perusahaan untuk menggugah rasa ingin tahu pelanggan dan meningkatkan daya tarik visual kemasan produk.

Inilah hasil desain kemasan dan banner produk baru mpek-mpek Palembang raffi dibandingkan dengan desain kemasan produk sebelumnya yang menggunakan kemasan kantong kertas makanan.



Gambar 3. Kemasan, Spanduk Lama dan Kemasan, Spanduk Baru

Mpek-Mpek Palembang Raffi mampu berkontribusi dalam peningkatan penjualan dengan dikembangkannya kemasan produk UMKM Raffi Mpek-Mpek Palembang. Oleh karena itu, diharapkan dengan adanya layanan ini dapat menjadikan UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi sebagai titik tolak inovasi

dan nantinya dapat ditingkatkan agar lebih bermanfaat lagi bagi UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi.

5. KESIMPULAN

Seperti yang telah disampaikan pada pembahasan sebelumnya, para pemilik UMKM beserta jajarannya mendapatkan informasi baru dari sosialisasi yang dilakukan oleh rombongan mahasiswa UINSUSKA Program Studi Pendidikan Ekonomi pada mata kuliah “Hukum dan Etika Bisnis” khususnya mengenai pemutakhiran kemasan produk. dan spanduk penjualan Mpek-Mpek Palembang Raffi. Selain itu, perbaikan kemasan ini juga diharapkan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menjual ke masyarakat umum. Hal ini dikarenakan kemasan mempunyai peranan yang cukup besar dalam pemasaran dan dapat menginspirasi inovasi kemasan pada diri para pegawai atau pemilik UMKM Mpek-Mpek Palembang Raffi.

Selain berfungsi sebagai penghias produk, kemasan juga berperan penting dalam menjaga kualitas produk hingga sampai ke tangan pelanggan. Pemilihan bentuk dan bahan kemasan juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga dan daya tarik estetika produk; Kemasan yang sesuai dengan bentuk produk juga akan mendorong pelanggan untuk membeli produk yang ditawarkan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pihak-pihak yang terlibat dalam pelaksanaan dan sumbangsih yang diberikan pada Kegiatan Praktikum Mata Kuliah Etika Bisnis dan Hukum sehingga dapat berjalan dengan lancar yaitu kepada Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, Riau. Khususnya pembimbing mata kuliah Etika dan Hukum Bisnis yaitu Ibu Darni, Sp., MBA. Dan kami ucapkan terima kasih kepada Raffi UMKM Mpek-Mpek Palembang yang selalu bersedia menjadi tempat penelitian kami..

6. REFERENSI

Adilah, S., & etc. (2022). Pembaharuan Kemasan Tahu Goreng Sebagai

- Upaya Perbaikan Kemasan bagi UMKM di Desa Alai Selatan. Universitas Indo Global Mandiri, 6(3).
- Hidayat N, R., Sulistyawati, L., & Prabowo, B. (2022). Manajemen Sumber Daya Manusia di Era Digital Berbasis UMKM. Airlangga University Press.
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). Artikel DJKN: UMKM Bangkit, Ekonomi Indonesia Terungkit. Direktorat Jenderal Kekayaan Negara, Kementerian Keuangan Republik Indonesia.
- Nafif, F., & etc. (2022). Inovasi Packaging dan Marketing Produk UMKM Rumah Sehat Barokah di Desa Bantrung, Kecamatan Batealit, Kabupaten Jepara. Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, 5(2).
- Najib, M. F. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM. 6(1).
- Nasution, Z. A., & Limbong, H. P. (2018). Kajian faktor-Faktor Penguat Usaha Pengembangan UKM Makanan Ringan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 29.
- Nurhayati, A. N., Lasmawati, & Yulia. (2012). Pengaruh Mata Kuliah Berbasis Gizi dan Pemilihan Makanan Jajanan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Tata Boga. *Jurnal Penelitian Pendidikan*, 13(1), 1–6.
- Utari, D. T. (2016). Manajemen Pemasaran: Kasus dalam Pengembangan Pasar Wisata Kuliner Tradisional Betawi. CV Pena Persada.
- Ilmiah, F., W, S. N. A., N, I. A. Q., & Zunaidi, A. (2022). Sosialisasi Penanggulangan
- Tingginya Angka Pernikahan Dini di Desa Tambakrejo-Wonotirto-Blitar. *Komatika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 29-33.
- Zunaidi, A. Maghfiroh, FL, Pendampingan Masyarakat Melalui Manajemen Fundrising dalam Upaya Menghimpun Dana dan Mempercepat Renovasi Pembangunan Masjid Baiturrahim Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 8, No 1, 2022.
- Zunaidi, A. Rahmah, Risa, Salsabila, Salma., (2020). Meningkatkan Motivasi

Akademis Selama Pandemi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Febi Iain Kediri, *Jurnal Dedikasi PKM: Prodi Manajemen Universitas Pamulang* Vol 2, No 3 (2021)

- Zunaidi, A. (2022). Diklat Makalah Sebagai Implementasi Potensi Kepenulisan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mahasiswa Selama Pandemi Covid19. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 2(1), 1 - 7.
- Zunaidi, A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukkseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 7, No 2
- Zunaidi, A. (2021). Wakaf Keluarga Perspektif UU No. 41 Tahun 2004 dan Maqasid AlUsrah Jamal Al-Din Atiyyah. *Mahakim: Journal of Islamic Family Law*, 5(2), 115–133.
- Zunaidi, A. (2022). PRODUCTIVE WAQF IN MAQASID SHARIA PERSPECTIVE. *Al'Adalah*, 25(1), 93-104.