



Optimalisasi UMKM Melalui Edukasi *Branding* dan Inovasi *Packaging* di Desa Bandardawung

Optimizing MSMEs Through Branding Education and Innovation Packaging In Bandardawung Village

Dyah Yuni Kurniawati¹, Fairuz Rahmawati², Syifa Albalqis Danayomi³, Intanita Nurlaili Rosyada⁴, Dona Puan Maharani⁵, Addina Harir Nur Azka⁶, Sari Ayu Dwi Lestari⁷, Rahmat Yanuar⁸, Aldito Sadewo Putranto⁹

¹⁻⁹ Universitas Sebelas Maret, Surakarta,

Email : *dyahyunik@staff.uns.ac.id, fairuzrahmawati@student.uns.ac.id, syifa.albalqis@student.uns.ac.id, intanita1310@student.uns.ac.id, donapuan656@student.uns.ac.id, addinaazka@student.uns.ac.id, sariayudwilestari@student.uns.ac.id, rahmatyanuar@student.uns.ac.id, aldito2404@student.uns.ac.id,

Article History:

Received: 20 Februari 2024

Revised: 15 Maret 2024

Accepted: 30 April 2024

Keywords: SMEs, Branding, Packaging

Abstract: Marketing strategies by optimizing branding and packaging are necessary because packaging not only functions as a storage container but can also attract more consumers. This community service aims to give awareness of the importance of product branding and introduce packaging innovations that can be implemented by business owners. This research method uses qualitative methods with observation and interviews as data collection techniques. The results showed that training on branding and packaging innovation succeeded in enhancing product packaging skills and increase understanding of the importance of branding in marketing products. In addition, improvements in branding and packaging are expected to increase product sales, empower the local economy, and improve the sustainability of SMEs in Bandardawung Village.

Abstrak

Strategi pemasaran dengan memanfaatkan *branding* dan *packaging* penting untuk dilakukan karena packaging bukan hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kesadaran pentingnya branding produk dan memperkenalkan inovasi-inovasi kemasan yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha. Penelitian ini dilakukan menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Hasilnya menunjukkan bahwa pelatihan *branding* dan inovasi kemasan berhasil meningkatkan keterampilan pengemasan produk serta meningkatkan pemahaman tentang pentingnya branding dalam memasarkan produk. Di samping itu, perbaikan dalam branding dan kemasan diharapkan dapat meningkatkan penjualan produk, memberdayakan ekonomi lokal, dan meningkatkan keberlanjutan UMKM di Desa Bandardawung.

Kata Kunci: UMKM, *Branding*, *Packaging*.

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang meliputi usaha kecil dengan ruang lingkup yang terbatas. UMKM berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja dan penyumbang pendapatan negara. Menurut data dari Kementerian Koperasi dan UKM, saat ini terdapat mencapai 64,2 juta UMKM dan menyumbang sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah terhadap PDB. Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia mencakup kemampuan menyerap sebanyak 97% dari total angkatan kerja yang tersedia serta

*Dyah Yuni Kurniawati, *dyahyunik@staff.uns.ac.id

dapat mengumpulkan hingga 60,4% dari total investasi yang tersedia (Prastiwi, Soenarjanto, & Susiantoro, 2022). Dalam kehidupan masyarakat desa, UMKM adalah sektor yang mempunyai posisi penting. Bagi individu yang mengalami kesulitan dalam menemukan mata pencaharian pada sektor formal, UMKM menawarkan potensi peluang pekerjaan bagi penduduk setempat.

Desa Bandardawung adalah desa yang terletak di kecamatan tawangmangu, Kabupaten Kranganyar, Jawa Tengah. Wilayah Desa Bandardawung adalah 3.41 km/ 341,230 Ha, terbagi atas beberapa dukuh, yaitu Bandar, Barakan, Dawung, Gamping, Gondang, Jabal Kanil, Mloko, Ngasem, Pelas, dan Semin. Desa Bandardawung merupakan salah satu desa terletak di Kecamatan Tawangmangu yang memiliki potensi desa melimpah yang dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, baik dari segi wisata maupun sumber daya alamnya. Mayoritas mata pencaharian di Desa Bandardawung yaitu di sektor pertanian dan perkebunan, adapun hasil pertanian yang ada di desa Bandardawung yaitu padi, ubi, singkong, pisang, dan talas.

Desa Bandardawung juga memiliki berbagai macam UMKM yang bergerak dalam bidang seperti makanan maupun non makanan. UMKM yang bergerak di bidang makanan di Desa Bandardawung seperti keripik pisang, keripik ubi, walangan, stik ubi, rambak, rengginang, keripik talas, pempek, dan roti, sedangkan UMKM yang bergerak di bidang non makanan yaitu usaha sablon. Desa Bandardawung memiliki ciri khas dengan keberagaman UMKM yang aktif beroperasi. Mayoritas UMKM di desa ini dikelola oleh ibu rumah tangga yang menggunakan waktu luang mereka untuk mengelola usaha. Adapun mayoritas penjualan produk yang dilakukan UMKM di Desa Bandardawung yaitu penjualan partai besar.

Dalam menjalankan UMKM, tentunya mengalami sejumlah tantangan, salah satunya yaitu menentukan strategi dalam memasarkan produk. Strategi pemasaran dengan memanfaatkan *branding* dan *packaging* saat ini memegang peranan dan posisi yang signifikan dalam keberlangsungan suatu produk bisnis. Saat ini, persaingan produk usaha, khususnya produk UMKM, tidak hanya terbatas pada faktor rasa dan inovasi produk, tetapi juga mencakup persaingan dalam inovasi desain kemasan. Sebuah produk bisnis tentunya memerlukan kemasan yang bukan hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Produk UMKM sekarang perlu lebih proaktif dalam menghasilkan kemasan yang kreatif dan inovatif agar dapat menarik perhatian dengan identitas yang khas dan mudah diingat. Kemasan memiliki peran penting sebagai faktor pembeda dari kompetitor dalam bisnis, kemasan dianggap sebagai ciri khas yang mengidentifikasi identitas suatu produk usaha yang berisikan informasi-informasi dasar dari suatu produk (Irawan, 2022).

Kemasan produk memainkan peran yang signifikan dalam identifikasi produk karena

memungkinkan konsumen untuk mengingat dan mengenali produk dengan mudah. Kemasan produk yang kurang menarik berpengaruh pada citra produk dalam menarik konsumen (Wijaya, dkk., 2021). Promosi sebuah produk sangat bergantung kepada *branding* dan kemasan. *Branding* dan *packaging* mempunyai peranan penting dalam memberikan informasi sebuah produk. Ada kalanya sebuah produk tidak dikemas dengan baik dan tidak didukung oleh strategi apapun untuk memasarkannya. Hal tersebut tentunya berdampak secara signifikan pada kesuksesan suatu produk. Kesuksesan penjualan suatu produk dapat diperoleh melalui promosi yang efektif yang mempertimbangkan strategi *branding* dan desain kemasan (Mulyana, 2020).

Dari banyaknya produk UMKM yang ada di Desa Bandardawung, masalah umum yang ada dan terjadi berdasarkan pengamatan dan wawancara yaitu dari segi *packaging* atau kemasan, Dimana kemasan yang digunakan kurang menarik dan mempunyai tampilan yang polos, kemasan produk hanya menggunakan plastik kemasan biasa. Permasalahan branding ini menjadi salah satu faktor penghambat dalam pemasaran yang mengakibatkan UMKM tidak bisa menjual produknya dengan nilai yang lebih tinggi. KKN Kelompok 47 Universitas Sebelas Maret tahun 2024 memiliki program kerja unggulan berupa Edukasi *Branding* dan Inovasi *Packaging* pada UMKM Desa Bandardawung. Diharapkan dengan adanya program ini tentu produk usaha UMKM yang ada di Desa Bandardawung dapat mengembangkan sektor ekonomi yaitu optimalisasi UMKM serta memperkenalkan inovasi-inovasi kemasan yang dapat dilakukan oleh para pelaku usaha sehingga hasil produk-produknya menjadi produk yang lebih menarik dan bernilai lebih tinggi.

METODE PENELITIAN

Kegiatan Edukasi Branding dan Inovasi Packaging pada UMKM Desa Bandardawung merupakan bagian dari kegiatan kuliah kerja nyata (KKN). Kegiatan ini dilaksanakan di wilayah desa Bandardawung, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah, Indonesia. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui beberapa tahapan, yang meliputi: (1) Survei UMKM, (2) Pembuatan Desain Label Kemasan dan menyiapkan referensi jenis kemasan, (3) pelaksanaan pelatihan pengemasan produk bersama ibu-ibu pelaku UMKM, (4) evaluasi. Kegiatan ini diawali dengan menganalisis kebutuhan masyarakat. Data yang diperlukan dalam tahap analisis kebutuhan diperoleh melalui observasi dan wawancara dengan pelaku UMKM.

Setelah mendapatkan data yang diperlukan, tim pelaksana membuat desain kemasan dan menyiapkan beberapa jenis kemasan yang disesuaikan dengan kebutuhan UMKM yang

ada di Desa Bandardawung. Jenis kemasan dan alat yang disiapkan oleh tim pelaksana diantaranya yaitu plastik bening, toples plastik, kotak makan plastik, *zipper standing pouch*, besek, *hand sealer*. Tim pelaksana juga menyiapkan sampel produk untuk digunakan saat sesi pelatihan yang terdiri dari rengginang, pempek, rambak, walangan, stik ubi, kripik pisang, kripik Ubi. Langkah selanjutnya yaitu pelatihan pengemasan produk menggunakan label dan beberapa jenis kemasan yang sudah disiapkan oleh tim pelaksana. Adapun pelaksanaan evaluasi pada akhir kegiatan, bertujuan untuk mengetahui bagaimana keberlangsungan program yang telah dilaksanakan dan manfaat yang dirasakan oleh sasaran yang dituju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan edukasi branding dan inovasi packaging pada UMKM Desa Bandardawung dilaksanakan di balai pertemuan desa Bandardawung. Pada saat pelatihan, dihadiri oleh perwakilan dari setiap UMKM yang diundang dengan jumlah peserta sebanyak 60 orang. Dalam menentukan materi edukasi diperoleh dari literasi ilmiah. Setelah melakukan survey di beberapa UMKM, tim pelaksana membuat desain dan mencetak label kemasan. Kegiatan edukasi ini dilaksanakan selama 120 menit, pada 60 menit pertama merupakan sesi penyampaian materi oleh narasumber serta sesi tanya jawab, dan pada 60 menit berikutnya merupakan sesi pelatihan pengemasan produk. Pada sesi penyampaian materi, narasumber memaparkan mengenai pentingnya branding dalam memasarkan sebuah produk. Selain branding, narasumber juga memaparkan mengenai komponen branding dalam kemasan, perizinan yang diperlukan untuk membuat produk, dsb.

Pada sesi latihan peserta akan dibagi ke dalam 5 kelompok yang terdiri dari 8 - 10 orang, dan nantinya masing-masing kelompok akan didampingi oleh tim pelaksana. Lima kelompok tersebut diberikan berbagai jenis kemasan dan sampel produk UMKM untuk dikemas. Adapun produk yang dikemas menggunakan *zipper standing pouch* adalah stik ubi dan kripik pisang, sedangkan untuk produk kripik ubi dan rambak dikemas menggunakan plastik bening. Sementara itu, produk walangan dikemas dalam toples plastik, sedangkan produk pempek dikemas dalam kotak makan plastik, dan untuk produk rengginang dikemas menggunakan besek. Setelah dikemas, produk yang dikemas dalam plastik bening seperti kripik ubi rambak, disegel menggunakan *hand sealer*. Di akhir acara diadakan sesi foto bersama yang dipandu oleh tim dokumentasi.

Meningkatnya pengetahuan dan keterampilan peserta mengenai *branding* dan pengemasan produk menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan pelatihan. Para peserta berpendapat bahwa pelatihan kali ini membuat mereka jadi mengerti betapa pentingnya

branding dalam memasarkan sebuah produk, serta bagaimana cara pengemasan makanan yang baik dan memahami jenis-jenis kemasan yang menarik untuk digunakan. Dengan adanya perbaikan dalam branding dan kemasan, diharapkan akan terjadi peningkatan penjualan bagi UMKM Desa Bandardawung. Kemasan yang menarik dapat memikat lebih banyak pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk-produk mereka. Melalui peningkatan penjualan dan *branding* produk, kegiatan ini dapat memberdayakan ekonomi Desa Bandardawung secara keseluruhan.



Gambar 1. Hasil pelatihan pengemasan produk



Gambar 2. Penyampaian materi mengenai branding oleh narasumber



Gambar 3. Sesi pelatihan pengemasan produk



Gambar 4. Foto Bersama dengan peserta sosialisasi

KESIMPULAN

Strategi pemasaran dengan memanfaatkan *branding* dan *packaging* saat ini memegang peranan dan posisi yang signifikan karena *packaging* bukan hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga dapat menjadi daya tarik bagi konsumen. Oleh karena itu KKN Kelompok 47 Universitas Sebelas Maret tahun 2024 membuat program kerja berupa Edukasi Branding dan Inovasi Packaging pada UMKM Desa Bandardawung. Kegiatan ini mendapat respon positif dari para peserta. Pelatihan ini membuat mereka memahami inovasi kemasan yang menarik untuk digunakan serta pentingnya branding dalam memasarkan sebuah produk. Kegiatan edukasi *branding* dan inovasi *packaging* pada UMKM diharapkan dapat terjadi peningkatan penjualan bagi UMKM Desa Bandardawung sehingga mampu memberdayakan ekonomi Desa Bandardawung secara keseluruhan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada UPKKN LPPM Universitas Sebelas Maret (UNS) yang telah memfasilitasi pelaksanaan kegiatan KKN periode Januari - Februari 2024. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dyah Yuni Kurniawati selaku pembicara pada program kerja “Edukasi Branding dan Inovasi Packaging pada UMKM Desa Bandardawung”, perangkat Desa Bandardawung, masyarakat, dan UMKM di Desa Bandardawung yang telah mengikuti kegiatan dan mendukung terlaksananya kegiatan, serta seluruh anggota kelompok KKN 47 UNS.

DAFTAR REFERENSI

- Irawan, F. (2022). Pelatihan Branding Dan Packaging Sebagai Strategi Pemasaran Pada Produk Umkm Desa Karangjati, Kecamatan Sampang, Kabupaten Cilacap. *Kampelmas*, 1(1).
- Sulistiono, S., Mulyana, M., & Firmansyah, M. F. (2020). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1(2), 87-94.
- Prastiwi, Ingesti Lady Rara, Bagoes Soenarjanto, and Adi Susiantoro. 2022. "Strategi Pengembangan UMKM Desa Pekarungan Berbasis Analisis SWOT." *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 1(3): 412–24.
<https://ulilalbabinstitute.com/index.php/JIM/article/view/110>.
- Wijaya, T. W., Muchlis, Z., Azizah, L. M., Miftah, M. 2021. Pengembangan Pemasaran Prduk Lokal Melalui Digital Business dan Pembaharuan Brand Produk. Webinar Abdimas 4- 2021: Inovasi Teknologi Tepat Guna dan Model Peningkatan Kapasitas Masyarakat Era Covid-19: 1372- 1378