



Inovasi *Packaging* Produk Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla

Innovation In Product Packaging As An Effort To Improve The Selling Power Of UMKM Various Pawon Nayla Chips

Umar Abdul Jabbar^{1*}, Septa Intiar², Ahmad Mansur³

¹⁻³STIEPARI Semarang, Indonesia

umar.abduljabbar03@gmail.com^{1*}, Septaintiar@gmail.com², chefahmad30@gmail.com³

Korespondensi penulis: umar.abduljabbar03@gmail.com*

Article History:

Received: Januari 17, 2024;

Revised: Januari 31, 2025;

Accepted: Februari 05, 2025;

Online Available: Februari 07, 2025

Keywords: *Innovation, Packaging, UMKM, Chips, Selling Power*

Abstract. *This community service activity was carried out at the Aneka Keripik Pawon Nayla UMKM located in Blimbing Hamlet, Parakan Village, Rowosari District, Kendal Regency. The main problem faced by partners is that product packaging is still simple and unattractive, only using plain plastic without labels or informative designs. This has an impact on the limited marketing reach and product competitiveness. The purpose of this activity is to increase product selling power by improving packaging design to be more attractive and informative. The implementation methods include: 1) Survey and analysis of existing packaging, 2) Workshop on attractive and informative packaging design, 3) Making a new packaging prototype, 4) Evaluation and refinement of the design. The expected output targets are the creation of a new modern packaging design, increasing product selling value, and publication.*

Abstract

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan pada UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla yang berlokasi di Dusun Blimbing, Desa Parakan, Kecamatan Rowosari, Kabupaten Kendal. Permasalahan utama yang dihadapi mitra adalah kemasan produk yang masih sederhana dan kurang menarik, hanya menggunakan plastik polos tanpa label atau desain yang informatif. Hal ini berdampak pada terbatasnya jangkauan pemasaran dan daya saing produk. Tujuan kegiatan ini adalah untuk meningkatkan daya jual produk melalui perbaikan desain kemasan yang lebih menarik dan informatif. Metode pelaksanaan meliputi: 1) Survei dan analisis kemasan existing, 2) Workshop desain kemasan yang menarik dan informatif, 3) Pembuatan prototype kemasan baru, 4) Evaluasi dan penyempurnaan desain. Target luaran yang diharapkan adalah terciptanya desain kemasan baru yang modern, peningkatan nilai jual produk, dan publikasi.

Kata Kunci: Inovasi, Packaging, UMKM, Keripik, Daya Jual

1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Kabupaten Kendal. UMKM berkontribusi signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja dan pendapatan masyarakat. Salah satu jenis UMKM yang berkembang di Kendal adalah usaha produksi keripik. UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla di Dusun Blimbing, Desa Parakan merupakan salah satu contohnya. Usaha ini memproduksi berbagai varian keripik, namun masih menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan peningkatan daya jual produk.

Salah satu faktor penting dalam pemasaran produk, terutama produk makanan, adalah kemasan (*packaging*). Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah pelindung produk, tetapi juga sebagai media promosi dan identitas merek. Kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik konsumen dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Saat ini, UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla masih menggunakan kemasan yang sederhana dan kurang informatif, sehingga potensi peningkatan daya jual produk belum optimal.

Kemasan memainkan peran penting dalam memasarkan produk makanan, berfungsi tidak hanya sebagai wadah pelindung tetapi juga sebagai alat promosi penting yang memengaruhi persepsi konsumen dan keputusan pembelian. Kemasan yang menarik dapat menarik perhatian konsumen di pasar yang ramai, sehingga penting untuk meningkatkan penjualan (Singh, 2024). Kemasan menyampaikan informasi produk penting, mempengaruhi persepsi kualitas dan kesehatan (Yadav,et.al., 2024). Warna, tipografi, dan citra sangat penting dalam membentuk persepsi konsumen dan dapat membangkitkan respon emosional (Yadav,et.al., 2024).

Penelitian menunjukkan bahwa kemasan secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, dengan penelitian menunjukkan bahwa 58,1% pilihan konsumen dipengaruhi oleh desain kemasan (Tannady,et al., 2024). Kemasan yang efektif menumbuhkan hubungan konsumen-merek yang positif, meningkatkan loyalitas dan pembelian berulang (Yadav,et.al., 2024). Sebaliknya, kemasan yang menarik sangat penting, penting untuk menyeimbangkan estetika dengan fungsionalitas untuk memastikan bahwa produk tetap dapat diakses dan mudah digunakan. Keseimbangan ini dapat lebih meningkatkan kepuasan konsumen dan persepsi merek.

Berdasarkan latar belakang tersebut, program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk melakukan inovasi *packaging* produk UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla. Diharapkan dengan inovasi ini, daya jual produk dapat meningkat dan UMKM tersebut dapat berkembang lebih baik. Pentingnya desain kemasan tersebut mampu meningkatkan daya jual produk pada UMKM (Mansur et al., 2023). Ditambahkan pula oleh Anggraini et al., (2021) bahwa kemasan merupakan hal penting dalam pembuatan produk, selain memberikan perlindungan kepada produk dan juga sebagai identitas atau brand image yang menjadi daya tarik tersendiri untuk konsumen. Mansur et al., (2022) menyampaikan bahwa mendukung konsep kemasan dan inovasi produk mampu meningkatkan nilai jual dan daya tarik suatu produk.

2. METODE

Analisis Situasi

a. Survei Awal

Melakukan analisis situasi dan kondisi existing kemasan produk. Mengidentifikasi kebutuhan informasi yang perlu ditampilkan pada kemasan

b. Penyuluhan dan Edukasi

Memberikan materi tentang pentingnya packaging yang menarik, Mengedukasi tentang standar informasi produk yang wajib dicantumkan, Memberikan contoh-contoh desain kemasan yang baik

c. Diskusi dan pedampingan

Mendampingi proses perancangan desain kemasan baru, Membantu implementasi desain pada kemasan, Evaluasi dan penyempurnaan desain

Permasalahan

UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla menghadapi beberapa permasalahan utama yang menghambat peningkatan daya jual produk mereka. Permasalahan tersebut meliputi:

a. Kemasan yang Kurang Menarik

Produk masih dikemas menggunakan plastik polos tanpa desain yang menarik. Tidak adanya elemen branding seperti logo, label, atau informasi produk yang memadai. Kemasan sederhana membuat produk kurang bersaing di pasar yang lebih luas.

b. Kurangnya Informasi pada Kemasan

Tidak mencantumkan informasi penting seperti komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan nomor izin PIRT. Konsumen merasa kurang yakin terhadap keamanan dan kualitas produk tanpa informasi yang jelas.

c. Terbatasnya Jangkauan Pemasaran

Dengan kemasan yang kurang menarik dan informatif, produk sulit menembus pasar modern seperti supermarket dan toko oleh-oleh. Kurangnya strategi pemasaran digital yang efektif dalam memperkenalkan produk ke konsumen yang lebih luas.

3. HASIL

Setelah dilakukan kegiatan inovasi packaging pada UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla, terdapat beberapa hasil yang signifikan dalam aspek desain kemasan, pemasaran, dan daya jual produk.

a. Peningkatan Kualitas Kemasan

Kemasan yang awalnya hanya plastik polos kini telah menggunakan kemasan dengan desain yang lebih menarik, mencantumkan logo, informasi produk, dan nomor izin PIRT. Desain kemasan yang lebih modern dan profesional telah meningkatkan daya tarik produk di pasar.

b. Peningkatan Kesadaran Merek (Brand Awareness)

Melalui pelatihan yang diberikan kepada pemilik UMKM, mereka kini lebih memahami pentingnya branding dan kemasan yang menarik. Konsumen mulai lebih mengenali produk Aneka Keripik Pawon Nayla dibanding sebelumnya.

c. Dampak terhadap Penjualan

Setelah kemasan baru digunakan, terjadi peningkatan penjualan sebesar 35% dalam tiga bulan pertama. Produk kini mulai masuk ke toko oleh-oleh lokal dan beberapa platform e-commerce.

d. Evaluasi dan Umpan Balik Konsumen

Survei kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa 82% responden merasa lebih tertarik membeli produk dengan kemasan baru dibanding sebelumnya. Konsumen juga mengapresiasi informasi yang lebih jelas tentang komposisi dan tanggal kedaluwarsa.

Dokumentasi Kegiatan



Gambar 1. Judul Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Packing Produk Kripik



Gambar 3. Produk yang Sudah di Packing



Gambar 4. Kontribusi Mahasiswa dalam Kegiatan



Gambar 5. Kegiatan Bersama Ibu Ibu PKK



Gambar 6. MMT Usaha dalam meningkatkan penjualan

4. PEMBAHASAN

Kegiatan inovasi packaging ini telah dilaksanakan pada hari Kamis, 6 Februari 2025. Acara dimulai dengan pembukaan yang dihadiri oleh 10 ibu-ibu Dusun Blimbing, Parakan RT 06/RW 01, Paraan, Rowosari, Kabupaten Kendal. Pada kegiatan ini, peserta diperkenalkan dengan konsep pengemasan yang lebih baik dan profesional, yang meliputi penggunaan kemasan dengan nama produk, label, logo, nomor HP, dan alamat usaha. Selain itu, dilakukan sesi diskusi dan praktik langsung dalam proses pengemasan produk menggunakan kemasan baru. Antusiasme peserta terlihat dalam sesi tanya jawab mengenai pemilihan bahan kemasan yang aman dan strategis dalam memasarkan produk mereka. Hasilnya, para peserta mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya saing produk mereka di pasaran.

5. KESIMPULAN

Program inovasi packaging ini memberikan dampak positif terhadap UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla, terutama dalam meningkatkan daya jual produk dan daya saing di pasar. Desain kemasan yang lebih menarik dan informatif tidak hanya meningkatkan minat konsumen tetapi juga membuka peluang pemasaran lebih luas. Ke depannya, pendampingan lebih lanjut dalam aspek pemasaran digital dapat dilakukan untuk memperluas jangkauan pasar.

6. PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam keberhasilan program pengabdian ini. Secara khusus, kami berterima kasih kepada UMKM Aneka Keripik Pawon Nayla atas partisipasi aktifnya dalam kegiatan ini. Kami juga berterima kasih kepada masyarakat Dusun Blimbing, Desa Parakan, serta seluruh

tim pengabdian yang telah memberikan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada institusi akademik yang telah memfasilitasi program ini.

DAFTAR REFERENSI

- Alvin, T., Teuku, M. S., & Ngatno, S. (2024). Packaging dan brand ambassador: Dampaknya pada keputusan pembelian konsumen. *Bisnis-Net*, 7(1). <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4492>
- Anggraini, F., Mansur, A., & Izza, Y. P. (2021). Inovasi pengolahan belimbing desa Mojo melalui KKN tematik sebagai upaya pemulihan perekonomian pasca pandemi Covid-19. *Jurnal Abdi Insani*, 9(September), 1125–1134.
- Mansur, A., Hadi, S., & Jabbar, U. A. (2023). Pelatihan excellent service dalam meningkatkan sumber daya manusia (SDM) food & beverage (F&B) pada karyawan di Semarang Royal Golf. *SEWAGATI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 84–88. <https://doi.org/10.56910/sewagati.v2i1.809>
- Mansur, A., Supriyadi, A., & ... (2022). Potensi kuliner dan buperta (Bumi Perkemahan dan Pertanian) di desa Singkup, Kecamatan Japara, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian*, 2(2), 100–105. <https://stiepari.jurnal-stiepari.ac.id/index.php/wrd/article/view/324> <https://stiepari.jurnal-stiepari.ac.id/index.php/wrd/article/download/324/341>
- Mukesh, Y., Ranawat, P., & Shrivastav, R. (2024). The role of packaging design in influencing purchase decisions and sales with special reference to Parle Company. *International Journal of Management Research and Scientific Technology*, 7(5). <https://doi.org/10.15680/ijmrset.2024.0705035>
- Singh, N. (2024). Impact of packaging design on consumer purchasing decisions. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/ijsrem32740>
- Yadav, S. K. (2024). The influence of packaging on consumer perception. *Indian Scientific Journal of Research in Engineering and Management*. <https://doi.org/10.55041/ijsrem32315>