



PELATIHAN *SMART PACKAGING* PADA USAHA MIKRO EMPING JAGUNG DI KABUPATEN MAGETAN

Prima Utama Wardoyo Putro¹, Liliek Nur Sulistiyowati²

^{1,2} Manajemen, Universitas PGRI Madiun

Jl. Auri 14-16, Madiun, Jawa Timur

¹Email: primautama28@gmail.com

²Email: liliek1702@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan di UMKM emping jagung Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan Jawa Timur. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan penyuluhan dan pelatihan pembuatan kemasan produk UMKM yang baik dan menarik (*Smart Packaging*). Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang pentingnya kemasan dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk serta memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM bagaimana membuat kemasan produk yang baik dan menarik. Kegiatan ini dilaksanakan selama satu bulan yakni pada Bulan November dimana terdapat empat sesi pertemuan masing-masing sesi dilakukan kegiatan selama 2 hingga 3 jam. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pelaku UMKM sadar akan pentingnya kemasan dalam menarik minat konsumen. Rekomendasi dari kegiatan ini agar kegiatan sejenis bisa terus dilakukan dengan melibatkan banyak pelaku UMKM serta melibatkan instansi terkait.

Kata Kunci: UMKM, Kemasan Produk, *Value Added*

ABSTRACT

Community service activities carried out at UMKM emping jagung Pilangasri Village, Panekan District, Magetan Regency, East Java. This community service activity is carried out by providing counseling and training on how to make good and attractive UMKM product packaging (Smart Packaging). This activity aims to increase the understanding of UMKM actors about the importance of packaging in attracting consumers to buy products and provide training to UMKM practitioners how to make good packaging and interesting products. This activity is carried out for one month in November, where there are four meeting sessions, each session is held for 2 to 3 hours. The results obtained from this activity are SMEs aware on the importance of packaging in attracting consumer interest. Recommendations from this activity is similar activities can continue to be carried out by involving many MSME actors as well as involving relevant agencies.

Key Words: UMKM, Packaging, Value Added

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir pertumbuhan sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Jawa Timur terus mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Berdasarkan data

yang ada, jumlah UMKM di Jawa Timur tumbuh dari 6,8 juta pada tahun 2012 menjadi 9,59 juta pada tahun 2017 (surplus.id). Di Kabupaten Magetan sendiri, jumlah UMKM telah mencapai 181.760 unit usaha (diskopukm.jatimprov.go.id). Pertumbuhan jumlah UMKM yang pesat di Jawa Timur ini tentu memberikan dampak positif terhadap perekonomian masyarakat.

Tingginya jumlah sentra Usaha Mikro Kecil Menengah di Jawa Timur tidak serta merta dibarengi dengan kemampuan manajerial atau pengelolaan produk yang baik oleh pelakunya. Masih banyak dijumpai produk UMKM yang dijual dengan kondisi “apa adanya” dan belum dikelola sebagai produk profesional. Padahal jika pengelolaan produk tersebut dilakukan secara professional, akan membuka peluang produk tersebut naik kelas dan bisa bersaing dengan produk-produk unggulan.

Pengetahuan masyarakat khususnya pelaku UMKM terhadap pentingnya pengelolaan usaha mulai dari proses produksi, pengemasan, hingga penjualan masih sangat rendah. Mereka masih berfikir bahwa dengan membuat produk yang laku dijual dipasar itu sudah merupakan prestasi. Mereka belum berfikir tentang bagaimana cara meningkatkan harga jual produk mereka dipasar melalui modifikasi.

Salah satu proses modifikasi yang bisa dilakukan untuk meningkatkan harga jual adalah melalui modifikasi kemasan produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk saja, melainkan juga bermanfaat dalam menjaga kualitas produk dan menarik minat konsumen untuk membeli produk (Kotler dan Armstrong, 2012). Marianne et al (2007) juga menjelaskan bahwa kemasan merupakan salah satu cara bagi produsen untuk menjual produknya kepada konsumen.

Pentingnya kemasan produk sepertinya masih belum diperhatikan oleh pelaku usaha UMKM. Mereka masih menjual produknya dalam kemasan yang sederhana karena menganggap bahwa kemasan tidak begitu berpengaruh terhadap penjualan produk mereka. Penamaan produk atau merk juga sering diabaikan oleh produsen UMKM, padahal menurut Stringler dalam Cob-Walgren (1995) mengatakan bahwa merk yang dikenal akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Persaingan bisnis saat ini tidak hanya berdasar pada harga, merk, dan kualitas saja, melainkan telah melibatkan kemasan sebagai salah satu unsur didalamnya.

UMKM emping jagung yang ada di Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan Jawa Timur merupakan salah satu UMKM yang belum menganggap pentingnya kemasan produk. Mereka masih menganggap bahwa kemasan tidak akan berdampak pada



keputusan pembelian produk oleh konsumen. Selain itu, keterbatasan pengetahuan dan keahlian dalam membuat kemasan yang baik dan menarik juga menjadi kendala dalam membuat inovasi kemasan produk. Berdasarkan permasalahan tersebut kegiatan abdimas ini dilakukan untuk memberikan pelatihan dan sosialisasi terkait manfaat kemasan produk yang menarik.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa model penyuluhan, diskusi, dan sosialisasi. Pengabdian akan memberikan penyuluhan dan sosialisasi terkait *smart packaging* yang bisa memberikan nilai tambah (*value added*) pada produk emping jagung. Selain itu, pengabdian juga akan memberikan pelatihan terkait bagaimana cara membuat kemasan yang baik dan menarik sehingga bisa menarik minat konsumen untuk membeli produk. Adapun rincian kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dalam waktu 1 bulan, yaitu pada Bulan November 2019. Setiap kegiatan pelatihan, berdurasi 2 hingga 3 jam dimana dilakukan seminggu sekali.
 2. Kegiatan penyuluhan, diskusi, dan sosialisasi atau praktek akan didampingi oleh 10 mahasiswa dimana terdapat dua koordinator (dosen) sebagai pengarah.
 3. Pelatihan diawali dengan diskusi terkait pentingnya membuat kemasan produk yang menarik (*smart packaging*). Kemudian dilanjutkan dengan sosialisasi terkait hal-hal apa saja yang membuat produk menarik, kemudian dilanjutkan dengan praktek. Berikut adalah agenda pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat:
 - a. Pada sesi pertemuan pertama dilakukan proses diskusi awal terkait pentingnya kemasan produk terhadap minat konsumen. Bagaimana kemasan dibuat agar bisa menarik minat konsumen untuk membelinya. Pada sesi ini dialokasikan waktu selama 3 jam.
 - b. Sesi kedua dilakukan proses diskusi dimana diskusi difokuskan pada analisis produk kemasan yang sudah ada. Disini peserta diajak untuk menganalisis apakah kemasan yang telah mereka buat menarik atau tidak. Serta diberikan penyuluhan tentang bagaimana membuat kemasan yang baik dan menarik.
-

-
- c. Pertemuan ketiga peserta diajari bagaimana membuat kemasan produk yang menarik. Pada sesi ini dialokasikan waktu 3 jam.
 - d. Pada pertemuan keempat, dilakukan proses analisis terhadap kemasan produk yang dibuat serta dilakukan tes pasar secara sederhana untuk mengetahui tanggapan konsumen terhadap kemasan produk yang telah dibuat.

Tabel 1.1 Indikator Keberhasilan Program

Kriteria	Analisis	
	Sebelum	Sesudah
Pengetahuan	Peserta belum tahu bahwa kemasan berpengaruh terhadap niat beli produk dan penjualan	Peserta mulai paham dan tau bahwa kemasan juga menjadi aspek penting dalam penjualan produk
Sikap dan Kesadaran	Peserta belum menganggap pentingnya kemasan produk	Peserta mulai mempertimbangkan bahwa kemasan penting dan bisa mempengaruhi penjualan produk
Keterampilan	Peserta belum bisa membuat kemasan produk yang menarik	Peserta bisa membuat kemasan produk yang menarik

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi UMKM Emping Jagung Desa Milangasri Magetan

Sebagai daerah yang terletak dilereng Gunung Lawu, Kabupaten Magetan memiliki kondisi tanah yang subur. Alasan inilah yang menjadikan sektor pertanian dan perkebunan di Kabupaten Magetan maju. Di Kecamatan Panekan Magetan, salah satu tanaman perkebunan unggulannya adalah jagung. Diwilayah ini banyak dijumpai komoditi jagung yang tersebar luas.

Melimpahnya hasil jagung membuat masyarakat sekitar memanfaatkannya menjadi olahan makanan alternatif. Salah satu hasil olahan makanan alternatif tersebut adalah emping jagung. Di Desa Milangasri, sentra industri pengolahan emping jagung banyak dikembangkan bahkan untuk skala yang cukup besar.

Permasalahannya adalah, sentra industri emping jagung tersebut hanya fokus pada proses produksinya saja dan belum memikirkan pada proses pembuatan kemasan yang menarik untuk meningkatkan nilai jual produk. Padahal jika hal ini dilakukan, nilai jual produk bisa ditingkatkan serta bisa menarik minat konsumen terhadap produk.



Gambar 1. Pengolahan Jagung Menjadi Emping Jagung



Gambar 2. Kemasan Produk yang Masih Sederhana

Persiapan Program

Program pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan melibatkan mahasiswa kelas kewirausahaan untuk memberikan penyuluhan dan sosialisasi pentingnya kemasan produk

dalam meningkatkan nilai jual produk dan menarik minat konsumen. Hal ini dilakukan agar kegiatan bisa berjalan maksimal serta peserta pelatihan bisa didampingi oleh mahasiswa. Pada tahap persiapan program ini, dilakukan proses survei awal untuk menganalisis hal-hal apa yang bisa diperbaiki dari UMKM pengolahan emping jagung tersebut. Setelah survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi permasalahan, langkah selanjutnya adalah mengurus perijinan pada UMKM pengeolahan emping jagung di Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan.

Sosialisasi Program

Program pengabdian masyarakat yang dilakukan di UMKM emping jagung Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan difokuskan pada sosialisasi dan pelatihan pengemasan produk yang menggunakan istilah “*Smart Packaging*”. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang ditemukan saat dilakukan survei.

Kegiatan ini diawali dengan sosialisasi pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk dan menarik minat konsumen untuk membeli produk. Setelah sosialisasi dilakukan, tahap selanjutnya adalah diskusi. Dalam diskusi ini peserta pelatihan diajak untuk menganalisis bagaimana kemasan produk yang baik, serta diskusi terkait dengan kesulitan yang dijumpai dalam pengemasan produk. Setelah dilakukan diskusi, pada tahap akhir dilakukan praktek pemberian kemasan pada produk. Dalam praktek ini, peserta ditunjukkan kemasan-kemasan yang menarik untuk produk serta bagaimana cara membuatnya.





Gambar 3. Contoh Kemasan Produk yang Ditawarkan



Gambar 4. Hasil Kemasan Produk Sebelum dan Sesudah

Solusi yang Ditawarkan dan yang Dilakukan

Berdasarkan kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan, terdapat solusi yang telah dilakukan guna mengatasi masalah yang dihadapi UMKM emping jagung, yaitu:

- Program pengabdian masyarakat ini dapat meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM tentang pentingnya sebuah kemasan produk.
- Program yang telah dilakukan juga memberikan keterampilan tambahan bagi UMKM tentang bagaimana membuat kemasan produk yang baik.
- Merekomendasikan relasi yang bisa memfasilitasi pembuatan kreasi kemasan produk untuk kedepannya.

Target

Target yang telah dicapai dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

- Masyarakat Desa Milangasri khususnya pelaku UMKM emping jagung ,mendapat pengetahuan tambahan mengenai pentingnya pengemasan produk.

-
- b. Masyarakat Desa Milangasri khususnya pelaku UMKM emping jagung memiliki keterampilan tambahan mengenai bagaimana cara membuat kemasan produk yang menarik.
 - c. Produk UMKM emping jagung bisa lebih dikenal masyarakat luas serta bisa meningkatkan nilai jualnya dipasar melalui pemberian kemasan yang lebih menarik serta bisa menembus kepasar modern.

KESIMPULAN

Melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilaksanakan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM emping jagung di Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan Jawa Timur tentang pelatihan *Smart Packaging* atau pembuatan kemasan yang baik dan menarik pada produk UMKM terlaksana dengan baik dan lancar. Peserta mengikuti kegiatan dengan antusias.
2. Melalui kegiatan penyuluhan dan praktek pembuatan kemasan produk yang menarik ini (*smart packaging*) diharapkan akan meningkatkan kesadaran para pelaku UMKM bahwa kemasan memiliki peran penting dalam menarik minat beli masyarakat. Serta kemasan yang menarik juga berpotensi menambah nilai produk (*value added*).

REKOMENDASI

Rekomendasi yang bisa diberikat setelah dilakukannya kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan pengabdian masyarakat ini bisa diteruskan secara simultan serta dapat melibatkan lebih banyak UMKM yang memiliki permasalahan sejenis.
2. Perlu adanya kegiatan sejenis yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM dalam membina pelaku UMKM khususnya pendampingan pembuatan kemasan produk.
3. Bagi pelaku UMKM diharapkan selalu aktif mengikuti perkembangan teknologi yang ada, agar tidak tertinggal dengan pesaing pasar yang lain.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada 1) UMKM emping jagung Desa Milangasri Kecamatan Panekan Kabupaten Magetan Jawa Timur, 2) Peserta yang telah berpartisipasi dalam kegiatan ini, 3) Program Studi Manajemen Universitas PGRI Madiun yang telah



mendukung kegiatan pengabdian masyarakat ini, 4) Mahasiswa Program Studi Manajemen Kelas 5A yang telah menjadi relawan pendamping dalam kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

Cobb-Walgren, Cathy J., Cynthia A. Ruble, and Naveen Donthu. 1995. Brand Equity, Brand Preference, and Purchase Intent. *Journal of Advertising*, XXIV (Fall), 25-40.

Klimchuk, Marrienne Rosner and Krasovec Sandra A. 2007. *Desain Kemasan*. Erlangga. Jakarta.

Kotler, Philip Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Erlangg. Jakarta.

Muhajirin *et al.* 2013. Pelatihan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Kerajinan Topeng dan Patung Kayu di Patuk Kabupaten Gunung Kidul. Program Pengabdian pada Masyarakat (PPM) UNY.

<https://diskopukm.jatimprov.go.id/info/data-ukm> (diakses pada tanggal 11 Desember 2019)

<https://surplus.id/> Jumlah UMKM di Provinsi Jawa Timur (diakses pada tanggal 11 Desember 2019)