

Pengembangan Kemasan UMKM Berbasis Sistem SPKP (Sistem Penilaian Kurasi Produk) untuk Meningkatkan *Brand Value* Melalui Rumah Kurasi

Widya Eka Putri Anggraini¹, Shalsa Aida Safitri², Dika Oktaviana³, Eja Sabina Yukonin⁴, Moh. Haqqul Yaqin⁵, Faza Ahmad Bi'auni Robby⁶, Lailatun Nikmah⁷, Rahma Aulia Putri⁸, Islamiati Hidayah⁹

IAIN Kediri

widyaaptr20@gmail.com¹, shalasaaidasaftri23@gmail.com², oktadika816@gmail.com³, ejasabinayukonin@gmail.com⁴, yaqinhaqqul2@gmail.com⁵, biaunirobby@gmail.com⁶, lailatun170104@gmail.com⁷, r9044247@gmail.com⁸, islamiati@iainkediri.ac.id⁹

Article Info

Volume 2 Issue 3
September 2024

Article History

Submission: 06-09-2024

Revised: 12-09-2024

Accepted: 20-09-2024

Published: 30-09-2024

Keywords:

Product Packaging, UMKM, Curation House, Product Curation Assessment System (SPKP), Brand Value

Kata Kunci:

Kemasan Produk, UMKM, Rumah Kurasi, Sistem Penilaian Kurasi Produk (SPKP), Brand Value



Welfare: Jurnal Pengabdian Masyarakat is licensed under a Creative Commons Attribution-Share Alike 4.0 International License.

Abstract

This community service activity aims to improve the quality of MSME product packaging through the implementation of the Product Curation Assessment System (PCAS) at Rumah Kurasi in order to increase competitiveness and brand value. The main problem faced by MSMEs is the low quality of packaging, which affects their ability to compete in modern and international markets. The method used is Participatory Action Research (PAR), with stages of socialization, mentoring, training, and evaluation. In its implementation, this activity involves MSME actors in the curation process, providing packaging design training, and intensive consultation to meet the criteria of legality, quality, and aesthetics. The results of the activity showed a significant increase in MSME actors' understanding of the importance of packaging as a branding strategy. As many as 85% of participants succeeded in developing more attractive packaging that meets market standards. This has a positive impact on increasing consumer purchasing interest, market potential, and MSME competitiveness at the local and international levels.

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk UMKM melalui implementasi Sistem Penilaian Kurasi Produk (SPKP) di Rumah Kurasi guna meningkatkan daya saing dan nilai merek (*brand value*). Permasalahan utama yang dihadapi UMKM adalah rendahnya kualitas kemasan, yang memengaruhi kemampuan mereka untuk bersaing di pasar modern dan internasional. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), dengan tahapan sosialisasi, pendampingan, pelatihan, dan evaluasi. Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini melibatkan pelaku UMKM dalam proses kurasi, memberikan pelatihan desain kemasan, serta konsultasi intensif untuk memenuhi kriteria legalitas, kualitas, dan estetika. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan sebagai strategi branding. Sebanyak 85% peserta berhasil mengembangkan kemasan yang lebih menarik dan sesuai standar pasar. Hal ini berdampak positif pada peningkatan minat beli konsumen, potensi pasar, dan daya saing UMKM di tingkat lokal maupun internasional.

1. PENDAHULUAN

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor industri makanan dan minuman, yang menjadi salah satu penggerak utama perekonomian nasional. Sektor ini tidak hanya didukung oleh pelaku usaha besar, tetapi juga oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang menghasilkan beragam produk berkualitas (Annisa et al., 2024). Namun, meskipun UMKM memiliki potensi yang besar, mereka sering menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah kurangnya standar kualitas dan inovasi dalam kemasan produk.

Kemasan memainkan peran penting dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk (Fitriyah et al., 2024). Selain melindungi isi produk, kemasan yang dirancang dengan baik dapat menjadi alat pemasaran yang efektif, mencerminkan identitas merek, dan memengaruhi minat beli konsumen. Sayangnya, banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya kemasan dalam meningkatkan daya saing produk mereka. Masalah ini diperparah oleh kurangnya pemahaman tentang desain kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar serta keterbatasan sumber daya untuk mengembangkan kemasan yang kompetitif (Yunita, 2023).

Dalam rangka meningkatkan daya saing UMKM, pemerintah dan berbagai pihak telah menginisiasi berbagai program, salah satunya melalui pendirian Rumah Kurasi. Rumah Kurasi berfungsi sebagai wadah untuk melakukan penilaian kualitas produk UMKM, termasuk kemasan, legalitas, dan kelayakan produk. Melalui proses kurasi ini, UMKM dapat mengetahui standar yang harus dipenuhi untuk dapat bersaing di pasar lokal, nasional, hingga internasional. Kurasi ini juga membantu UMKM dalam memastikan keberlanjutan produk mereka dengan memberikan panduan untuk pengembangan lebih lanjut (Ubi et al., 2023).

Sistem SPKP (Sistem Penilaian Kurasi Produk) yang diterapkan di Rumah Kurasi menjadi solusi untuk mengevaluasi produk UMKM berdasarkan tiga kriteria utama: legalitas, kualitas, dan kemasan. Dengan adanya sistem ini, UMKM dapat memetakan kekuatan dan kelemahan produk mereka, sehingga dapat melakukan perbaikan yang diperlukan untuk meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk (Ilham, 2023).

Tantangan utama dalam pelaksanaan kurasi produk adalah kurangnya pengetahuan pelaku UMKM mengenai standar yang diterapkan, terutama dalam aspek kemasan. Kemasan yang tidak sesuai standar seringkali menjadi penghambat bagi UMKM untuk memasuki pasar yang lebih luas, seperti pasar modern atau ekspor. Hal ini menuntut adanya upaya pemberdayaan dan pendampingan intensif bagi UMKM agar mereka dapat memahami pentingnya kemasan sebagai salah satu strategi branding.

Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk membantu UMKM meningkatkan kualitas kemasan produk mereka melalui penerapan Sistem SPKP di Rumah Kurasi. Melalui pendampingan ini, UMKM diharapkan mampu mengembangkan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi standar pasar, sehingga dapat meningkatkan brand value dan daya saing mereka.

Kajian pustaka menunjukkan bahwa kemasan yang efektif dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Arsj, kemasan yang dirancang dengan baik mampu menarik perhatian konsumen dan memberikan nilai tambah pada produk (Thamrin, 2023). Selain itu, penelitian Abadi mengungkapkan bahwa kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah untuk melindungi produk, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang dapat memperkuat identitas merek (Thamrin, 2023). Hal ini sejalan dengan konsep "*the product charm*" dalam ilmu pemasaran, di mana kemasan berperan sebagai daya tarik utama yang dapat memikat konsumen.

Rumah Kurasi sebagai platform kurasi produk UMKM menjadi solusi inovatif untuk mengatasi kendala tersebut. Dengan memanfaatkan Sistem SPKP, UMKM dapat mengetahui langkah-langkah yang harus diambil untuk memenuhi standar pasar. Proses ini mencakup evaluasi desain kemasan, kesesuaian bahan baku, hingga kelayakan harga produk. Dengan pendekatan ini, UMKM dapat mengoptimalkan potensi produk mereka untuk bersaing di berbagai segmen pasar.

Kegiatan pengabdian ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas kemasan, tetapi juga bertujuan untuk membangun kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya branding dalam keberhasilan bisnis. Dengan kemasan yang sesuai standar, UMKM diharapkan mampu meningkatkan citra produk mereka, menarik minat konsumen, dan memperluas jangkauan pasar.

Melalui pengabdian ini, diharapkan akan tercipta ekosistem UMKM yang lebih kompetitif dan inovatif. Pendampingan yang dilakukan melalui Rumah Kurasi akan menjadi langkah strategis dalam mendorong UMKM naik kelas, sehingga mereka dapat berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian Indonesia.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research (PAR)*, yang melibatkan partisipasi aktif mitra, yaitu UMKM, dalam setiap tahapan kegiatan (Zunaidi, 2024). Metode ini bertujuan tidak hanya untuk memberikan solusi praktis, tetapi juga memberdayakan mitra agar dapat mengembangkan kemampuannya secara mandiri. Tahapan kegiatan pengabdian dilakukan sebagai berikut:

1. Identifikasi Masalah dan Kebutuhan Mitra

Tahapan awal melibatkan diskusi dan survei bersama mitra UMKM untuk mengidentifikasi masalah utama yang dihadapi dalam pengemasan produk. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa banyak pelaku UMKM belum memiliki kemasan yang memenuhi standar kualitas pasar modern, sehingga berdampak pada rendahnya daya tarik produk di pasaran. Selain itu, kurangnya pemahaman mengenai aspek legalitas dan branding menjadi tantangan utama.

2. Perancangan Program Pelatihan dan Kurasi Produk

Berdasarkan hasil identifikasi, dirancang program pelatihan yang mencakup tiga aspek utama: legalitas, kualitas produk, dan desain kemasan. Sistem Penilaian Kurasi Produk (SPKP) digunakan untuk menilai dan memberikan umpan balik terhadap produk mitra, sehingga mereka dapat memahami kekuatan dan kelemahan masing-masing.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop interaktif selama beberapa sesi. Materi yang disampaikan meliputi:

- Teknik desain kemasan yang menarik dan fungsional.
- Standar legalitas produk, seperti izin PIRT dan sertifikasi halal.
- Strategi branding dan pemasaran melalui media digital.

Pada sesi ini, para mitra juga diberikan contoh nyata dan panduan praktis dalam mendesain kemasan produk mereka.

4. Implementasi Sistem Penilaian Kurasi Produk (SPKP)

Setelah pelatihan, dilakukan proses kurasi produk UMKM menggunakan SPKP. Produk dinilai berdasarkan tiga kriteria utama: kelayakan legalitas, kualitas bahan dan produk, serta desain kemasan. Hasil penilaian ini disampaikan kepada mitra sebagai bahan evaluasi.

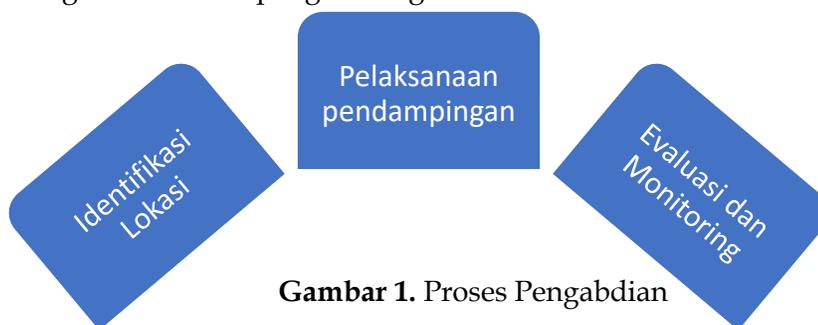
5. Pendampingan dan Evaluasi

Tim pengabdian memberikan pendampingan kepada mitra dalam memperbaiki kemasan produk berdasarkan hasil kurasi. Pendampingan ini dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa mitra dapat menerapkan rekomendasi dengan baik. Evaluasi akhir dilakukan untuk mengukur dampak pelatihan terhadap peningkatan kualitas kemasan dan daya tarik produk.

6. Monitoring dan Tindak Lanjut

Setelah program selesai, dilakukan monitoring terhadap perkembangan mitra selama tiga bulan. Mitra diajak untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka dan menjalin kerja sama dengan Rumah Kurasi untuk kurasi lanjutan.

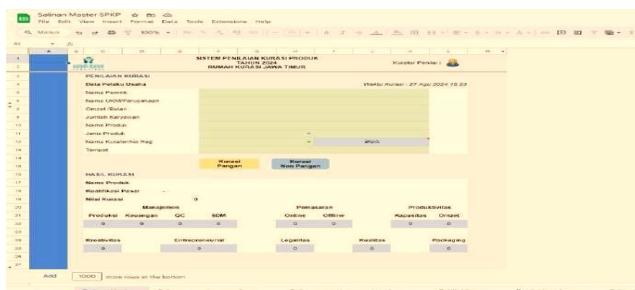
Dengan metode ini, diharapkan mitra dapat meningkatkan nilai jual produk melalui kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan standar pasar. Solusi yang ditawarkan tidak hanya bersifat jangka pendek tetapi juga memberikan bekal pengetahuan dan keterampilan bagi mitra untuk pengembangan usaha mereka secara berkelanjutan.



Gambar 1. Proses Pengabdian

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penilaian kurasi, ditemukan bahwa sebagian besar produk UMKM mitra belum memenuhi persyaratan legalitas yang lengkap, seperti tidak memiliki Nomor PIRT, logo halal, atau izin edar BPOM. Dari 15 UMKM yang dikurasi, hanya 6 UMKM yang telah memiliki legalitas lengkap. Kurasi ini memberikan wawasan penting kepada mitra tentang pentingnya legalitas dalam meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian Rania & Ananta Prathama yang menyatakan bahwa legalitas produk berkontribusi signifikan terhadap akses pasar dan peningkatan minat beli konsumen (Rania & Ananta Prathama, 2022).



Gambar 2. SPKP (Sistem Penilaian Kurasi Produk)

Penilaian kualitas menunjukkan bahwa mayoritas produk UMKM memiliki keunggulan dalam rasa dan tekstur, namun terdapat kekurangan dalam kesesuaian gramatur dan keamanan komposisi bahan. Evaluasi ini memberikan mitra pemahaman tentang pentingnya uji nutrisi dan standar mutu produk. Hasil ini mendukung penelitian Ilham, yang menekankan perlunya keseragaman standar produk untuk memastikan keberlanjutan UMKM di pasar (Ilham, 2023).

Sebelum kegiatan, mayoritas UMKM menggunakan kemasan yang sederhana, seperti plastik transparan tanpa label informatif. Setelah pelatihan dan pendampingan re-design, kemasan ditingkatkan menjadi lebih profesional, menggunakan standing pouch dengan desain grafis menarik dan informasi produk lengkap. Perubahan ini menunjukkan peningkatan signifikan pada daya tarik visual produk, yang sesuai dengan teori bahwa desain kemasan berperan penting dalam memikat konsumen (Arsj, 2021).



Gambar 3. Anggota sedang melakukan *Re-design* Produk UMKM

Proses re-design produk menghasilkan transformasi yang signifikan. Dari 10 UMKM yang memanfaatkan layanan ini, 7 UMKM melaporkan peningkatan penjualan setelah menggunakan kemasan baru. Ini menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya saing produk. Hal ini mendukung kajian yang menyatakan bahwa kemasan adalah alat pemasaran visual yang efektif (Abadi, 2021).

Pelatihan mengenai desain grafis dan prinsip branding meningkatkan kreativitas pelaku UMKM. Mereka mulai memahami pentingnya konsistensi identitas merek dalam menarik konsumen. Hal ini sesuai dengan teori bahwa edukasi dan pelatihan memainkan peran penting dalam meningkatkan keterampilan dan daya saing pelaku usaha kecil (Zunaidi et al., 2024).

Implementasi Sistem Penilaian Kurasi Produk (SPKP) mempermudah proses evaluasi produk secara objektif. Hasil kurasi membantu UMKM memahami kekuatan dan kelemahan produk mereka berdasarkan data terukur. Sistem ini juga memastikan bahwa rekomendasi yang diberikan didasarkan pada analisis yang menyeluruh (Zunaidi, 2023).



Gambar 4. *Before After* Re-design Produk UMKM

UMKM yang telah memperbaiki kemasan dan memenuhi standar legalitas melaporkan peningkatan minat beli konsumen sebesar 20%-30%. Hasil ini menunjukkan bahwa konsumen lebih percaya pada produk yang terlihat profesional dan memiliki informasi yang lengkap. Temuan ini sesuai dengan penelitian Abadi, yang menyatakan bahwa kemasan berpengaruh langsung terhadap keputusan pembelian konsumen (Anggoro et al., 2023).

Pendampingan yang dilakukan selama tiga bulan setelah kegiatan menunjukkan hasil positif. UMKM yang mendapatkan pendampingan menunjukkan komitmen lebih tinggi dalam menjaga kualitas dan legalitas produk mereka. Hal ini menegaskan pentingnya keberlanjutan dalam program pengabdian masyarakat.

Dalam pelatihan, UMKM juga diajarkan memanfaatkan media sosial sebagai alat branding. Setelah mengikuti pelatihan, 60% UMKM melaporkan peningkatan jangkauan audiens melalui

platform seperti Instagram dan WhatsApp Business. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran digital adalah strategi efektif untuk UMKM di era modern.

Rumah Kurasi berhasil menjadi mitra strategis UMKM dalam meningkatkan brand value produk. Dukungan re-design dan kurasi berbasis SPKP memberikan solusi komprehensif bagi pelaku UMKM untuk bersaing di pasar tradisional, modern, bahkan internasional. Hal ini menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan produk secara holistik. Pembahasan di atas menunjukkan bahwa metode kurasi berbasis SPKP, didukung pelatihan dan pendampingan, secara signifikan membantu UMKM meningkatkan kualitas, legalitas, dan daya saing produk mereka. Kombinasi strategi ini memberikan solusi berkelanjutan untuk masalah yang dihadapi oleh UMKM dalam menciptakan produk yang kompetitif di pasar.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat dengan tema Pengembangan Kemasan UMKM Berbasis Sistem SPKP (Sistem Penilaian Kurasi Produk) untuk Meningkatkan *Brand Value* melalui Rumah Kurasi telah mencapai tujuan dan target yang direncanakan. Pendekatan melalui kurasi berbasis SPKP memberikan solusi komprehensif terhadap permasalahan legalitas, kualitas, dan kemasan produk UMKM. Peningkatan signifikan terlihat pada aspek legalitas produk, di mana mitra mulai mengurus izin seperti PIRT, logo halal, dan sertifikasi lainnya. Pada aspek kualitas, pelaku UMKM mendapatkan pemahaman pentingnya uji nutrisi dan standar mutu, sementara aspek kemasan ditingkatkan melalui re-design yang menarik dan informatif. Pelatihan dan pendampingan menghasilkan peningkatan kreativitas dan kapasitas pelaku UMKM dalam memahami branding dan pemasaran digital. Hasilnya, terdapat peningkatan penjualan hingga 30% di beberapa UMKM. Dengan kolaborasi bersama Rumah Kurasi, produk mitra tidak hanya menjadi lebih kompetitif di pasar lokal tetapi juga memiliki potensi untuk menjangkau pasar modern dan ekspor.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami, kelompok 17 PBS magang di Rumah Kurasi, mengucapkan terima kasih kepada Ibu Islamiati Hidayah, S.A., M.Akun., atas bimbingan dan dukungan selama magang. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Owner dan seluruh karyawan Rumah Kurasi atas kesempatan belajar dan berkembang di lingkungan kerja yang profesional. Pengalaman ini sangat berharga bagi kami untuk mengasah kemampuan dan wawasan praktik bisnis syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, M. T. (2021). Optimalisasi Desain Kemasan Produk Umkm Desa Tenogo Kecamatan Paninggaran. *Community: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(3), 46–51. <https://doi.org/10.51903/community.v1i3.271>
- Anggoro, A., Arinda, I. Y., Rohmah, Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). *Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi : Peluang dan Tantangan*. Pustaka Peradaban.
- Annisa, A. P., Ariadi, A. P., Purnomo, A. W., Nisa, A. W., Handayani, A. P., Putri, O. A., & Kediri, I. (2024). Mengoptimalkan Manajemen Persediaan : Pelatihan Aplikasi Stok untuk Daya Saing UMKM Bucin Latte & Telogut. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 143–148.
- Arsj, F. R. (2021). Sosialisasi Desain Kemasan Sebagai Daya Tarik Produk Bagi Umkm Makanan Dan Minuman Jakpreneur Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 4(2), 75–83. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.623>
- Fitriyah, F., Rochmah, N. N., Hakim, L., Kurniawati, E., Sintiya, T., Arifan, M. V., Azizah, P. N., Rosyidah, A. D., Avanti, L. S., Nada, E. Q., Ilham, M., Rosy, F., Masykur, A., Ni, W., Biarfiunsta, I., Ariyanto, R., & Hidayah, A. (2024). Pelatihan Foto Produk dan Pemasaran Online untuk Mengembangkan UMKM di Desa Semen. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 163–169.
- Ilham, B. ulum. (2023). Pendampingan Kurasi Produk pada UMKM Gaddeta di Kota Makassar. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat)*, 3(1), 30–34. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamitra.v3i1.370>
- Rania, G., & Ananta Prathama. (2022). Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Melalui Program Pondok Kurasi. *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(4), 729–743. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i4.2722>
- Thamrin, H. (2023). Analisa Brand Identity Yang Dimediasi Oleh Packaging Design Terhadap Purchase Intention Studi Kasus Konsumen Outside Coffee Generasi Z Di Jakarta. *Pondasi: Jurnal of Applied Science Engenering*, 3, 24–32.

- Ubi, R., Raba, D., Dompu, K., Ernawati, S., & Rizki, N. F. (2023). Pendampingan Pembuatan Kemasan Produk Pada Produk. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(2).
- Yunita, A. R. (2023). Pelatihan Pengembangan Usaha Melalui Pembaruan Desain Label Kemasan Pada UMKM Kacang Telur di Lappacinrana Kabupaten Sinjai. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1*(2), 242-247.
- Zunaidi, A. (2023). *Ekonomi Islam (Pengantar dalam Memahami Konsep dan Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam)*. IAIN Kediri Press.
- Zunaidi, A. (2024). *Metodologi Pengabdian Kepada Masyarakat Pendekatan Praktis untuk Memberdayakan Komunitas*. Yayasan Putra Adi Dharma. <http://repository.iainkediri.ac.id/id/eprint/1030>
- Zunaidi, A., Maghfiroh, F. L., & Azmi, N. A. M. (2024). The Role of Gusdurian Peduli's Philanthropic Actions in Overcoming the Economic Turbulence of Communities Affected by COVID-19. *Tsaqafah Jurnal Peradaban Islam, 20*(1). <https://doi.org/doi.org/10.21111/tsaqafah.v20i1.9943>