

## Pendampingan Perbaikan *Packaging* sebagai Upaya Meningkatkan Kualitas Produk UMKM “Mak Plengeh” di Desa Blabak, Pesantren, Kota Kediri

<sup>1</sup>Muhammad Zakaria, <sup>2</sup>Siti Isti’anah Binti Nurum, <sup>3</sup>Rienanda Ayu Pertiwi, <sup>4</sup>Arifah Firda Khusniah, <sup>5</sup>Candra Kurnia Alvin, <sup>6</sup>Amalia Izzatul Muna, <sup>7</sup>Reni Marbiyanti, <sup>8</sup>Sidanatul Janah

IAIN Kediri

zakakie109@gmail.com<sup>1</sup>, istianahbintinurum@gmail.com<sup>2</sup>, rienandaayupertiwi@gmail.com<sup>3</sup>, arifahfirda89@gmail.com<sup>4</sup>, kurniacandra553@gmail.com<sup>5</sup>, amaliaizzatulmuna18@gmail.com<sup>6</sup>, renimarbiyanti@gmail.com<sup>7</sup>, sidanatuljanah@iainkediri.ac.id<sup>8</sup>

### Kilas Artikel

Volume 1 Nomor 1

Maret 2023

DOI:xxx/.xxxx

### Article History

Submission: 09-03-2023

Revised: 11-03-2023

Accepted: 13-03-2023

Published: 29-03-2023

### Kata Kunci:

Bolu Krezz Cup,  
Pengemasan, UMKM

### Keywords:

Bolu Krezz Cup, Packaging,  
Micro Small Medium  
Business

### Abstrak

Kegiatan yang dilakukan adalah dengan agenda pendampingan perbaikan kemasan roti ori senyum sebagai upaya perbaikan kemasan lama untuk UMKM Mak Plengeh di Desa Blabak. Metode pendekatan yang dilakukan yakni dengan memberikan sosialisasi pengetahuan terhadap UMKM Mak Plengeh dalam pembaharuan kemasan roti ori senyum guna meningkatkan kreativitas pemilik maupun karyawan UMKM Mak Plengeh dalam hal packaging agar menjadi lebih menarik, aman, higienis, meningkatkan penjualan dan nilai jual produk. Dari pembahasan diatas bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh kelompok 32 mengenai pembaharuan kemasan produk Mak Plengeh memberikan ilmu baru kepada pemilik UMKM dan karyawannya. Dengan pembaharuan kemasan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya jual kepada masyarakat karena kemasan merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran serta dapat menumbuhkan jiwa kreatif dalam pengemasan kepada karyawan ataupun pemilik UMKM Mak Plengeh.

### Abstract

Through the dissemination and implementation of this dawn can shodaqoh movement, it is hoped that the literacy index of cooperative members in carrying out ZISWAF will be higher. The implementation of the activities carried out during the RAT activities took place at the WSG (Warung Setono Goerih) on Jl. Untung Suropati no. 14-22, Pakelan Kediri City, namely increasing the awareness of cooperative members in carrying out ZISWAF, which was carried out in 3 stages of implementation and received appreciation and a good response. In preparation for the implementation, surveys and preparatory discussions were carried out, namely to determine the place and time of implementation. Then, in the early stages of its implementation, socialization of the introduction of ZISWAF was carried out through ZISWAF introduction material. Furthermore, the implementation of the Shodaqoh Movement The implementation was carried out by gathering KSPPS BMW Rahmah East Java members, whose



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

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha perorangan 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, 2021).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah berperan penting bagi perekonomian Negara Indonesia. Kementerian Keuangan RI dalam laporannya menjelaskan UMKM sebagai penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto Nasional sehingga berdampak positif bagi Negara Indonesia (Hidayat N et al., 2022) . Keadaan ini sangat dimungkinkan karena keberadaan UMKM sangat dominan dalam perekonomian Indonesia, karena jumlah industrinya yang besar dan ada di setiap sektor perekonomian, potensi penyerapan tenaga kerja yang tinggi, dan kontribusi UMKM dalam pembentukan perekonomian. Salah satu bisnis yang kini tumbuh signifikan adalah usaha kuliner.

Hal ini dikarenakan makanan atau minuman merupakan kebutuhan utama bagi individu atau orang yang selalu ada dalam kehidupan kita. Usaha kuliner memiliki ragam yang luas, mulai dari makanan (makanan) yang sederhana, minuman hingga makanan berat (Nasution & Limbong, 2018). Jajanan (makan) disebut juga daftar jenis makanan yang tidak termasuk dalam menu utama (sarapan atau makan siang atau makan malam) (Utari, 2016), yang dapat diberikan di luar jam makan utama (Nurhayati et al., 2012).

UMKM Pusat oleh-oleh Mak Plengeh merupakan usaha produksi yang didirikan oleh Ibu Ir. Anik Wahyuningsih, dengan nama perusahaannya yaitu UD Wahyu Jaya yang berdiri sejak tahun 1997 bergerak di bidang Agro Industri. Kemudian pada tahun 2018 CV SAZ JAYA bergabung menjadi bagian dari Mak Plengeh dimana didirikan oleh Salma Fitria Arisanti yang merupakan anak dari Ibu Ir. Anik Wahyuningsih. Lokasi Pusat oleh-oleh "Mak Plengeh" berada di Jl. Kapten Tendean 285 A Kelurahan Blabak, Kota Kediri. Adapun produk yang diproduksi antara lain aneka bolu kering seperti bolu krezz ori senyum, bolu krezz mini susu, bolu krezz cup warna, bolu krezz cup bunga, dan bolu jadul, kripik pisang, kacang shanghai, rengginan, roti kacang, kacang pedas, banana chips dan brownies kering.

Pengemasan adalah bagian dari proses yang melibatkan desain dan pembuatan wadah atau penutup luar. Kemasan produk yang baik merupakan faktor penting guna menarik konsumen untuk membeli. Adapun pentingnya sebuah kemasan dari suatu produk adalah selain melindungi produk dari goresan, kerusakan dan kelembapan, kemasan yang baik juga berfungsi sebagai faktor yang menjadi daya tarik bagi pembeli.

Salah satu kemasan produk UMKM Mak Plengeh yang masih perlu mendapat perhatian dalam hal pengemasan adalah kemasan produk roti ori senyum. Kondisi awal pengemasan produk roti ori senyum dari UMKM Mak Plengeh yakni dikemas dengan menggunakan plastik *standing pouch* biasa dengan label stiker ditempelkan di satu sisi. Jika dilihat dari bentuk pengemasan roti ori senyum dengan plastik *standing pouch* ini masih terkesan sederhana dan kurang menarik. Selain itu jika terdapat pemesanan dari konsumen dengan jarak jauh akan sangat mudah beresiko mengalami kerusakan karena plastik tidak mampu melindungi produk dari tekanan. Oleh karena itu dibutuhkan inovasi pembaharuan

pengemasan produk yang baru agar tampilan dari produk roti ori senyum menjadi lebih menarik, aman, higienis dan tahan lama sehingga mampu menambah daya tarik bagi para pembeli, penjualan produk dapat meningkat dan dapat memenuhi kepuasan pembeli. Disamping itu, juga dapat menambah nilai dari harga produk sehingga keuntungan penjualan yang diperoleh UMKM Mak Plengeh mengalami peningkatan.

## **2. METODE**

Kegiatan Praktek Keuangan Syariah (PKS) dilaksanakan pada tanggal 20 Januari hingga 07 Maret 2022 yang bertempat di Pusat Oleh-Oleh Mak Plengeh, di Desa Blabak Kecamatan Pesantren, Kota Kediri. Kegiatan yang dilakukan adalah dengan agenda pendampingan perbaikan kemasan roti ori senyum sebagai upaya perbaikan kemasan lama untuk UMKM Mak Plengeh di Desa Blabak. Metode pendekatan yang dilakukan yakni dengan memberikan sosialisasi pengetahuan terhadap UMKM Mak Plengeh dalam pembaharuan kemasan roti ori senyum guna meningkatkan kreativitas pemilik maupun karyawan UMKM Mak Plengeh dalam hal *packaging* agar menjadi lebih menarik, aman, higienis, meningkatkan penjualan dan nilai jual produk.

Metode yang digunakan dalam program pengabdian kepada masyarakat ini terbagi atas 4 tahap, yaitu:

### **a. Tahap Survei**

Lokasi yang digunakan untuk melaksanakan pengabdian masyarakat berada di Desa Blabak, Kecamatan Pesantren, Jawa Timur. Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan survey atau mengamati kondisi produk Mak Plengeh dan nilai potensial produk untuk masyarakat sasaran.

### **b. Tahap *Sharing***

Melakukan *sharing* kepada pemilik dan karyawan UMKM Mak Plengeh mengenai permasalahan *packaging*

### **c. Tahap Pengemasan**

Menyiapkan roti ori senyum yang sudah di kemas dalam kemasan terdahulu pada kantong plastik yang telah ditentukan berat masing-masing pada produk roti ori senyum. Cara pengemasan roti ori senyum dengan memasukan roti ke dalam kemasan baru.

### **d. Tahap Evaluasi**

Pada tahap ini dilakukan evaluasi terhadap ketertarikan konsumen terhadap inovasi kemasan roti ori senyum (Adilah et al., 2022).

## **3. HASIL & PEMBAHASAN**

Praktek Keuangan Syariah ini dengan cara yang berurutan yakni yang pertama *sharing* dengan Mitra terkait dengan problem yang dihadapi dalam hal ini beberapa perkara yang berkaitan dengan pengemasan. Tim dan juga pemilik serta karyawan dari Mak Plengeh melakukan musyawarah untuk mencari jalan keluar tentang hal-hal yang sedang dihadapi terlebih saat ini model pengemasan sangat banyak, maka dari itu perlu adanya penempatan tentang pengemasan yang diinginkan oleh Mitra ataupun CV. Adapun rencana yang akan diterapkan sebagai

berikut tahap awal yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan pengembangan *packaging* pada produk adalah *sharing* dengan Mitra terkait model *packaging* yang sesuai dengan karakteristik agar produk daya tahan produk lebih lama. Hal ini dikarenakan penggunaan *packaging* yang sebelumnya sangat rawan sekali terhadap kerusakan produk terlebih untuk pengiriman yang jauh. Hal ini beresiko produk akan rusak dan UMKM Mak Plengeh akan mengalami kerugian terhadap produk-produk yang rusak.



Gambar 1. *Sharing* antara tim magang dengan pemilik dan karyawan Mak Plengeh

Maka dari itu tim melakukan beberapa tahapan untuk menentukan *packaging* yang baik agar untuk pengiriman terutama untuk pengiriman jarak jauh. Dalam hal ini bisa melindungi produk sehingga daya tahan produk dapat lebih lama. Berdasarkan hasil *sharing* tim yang mengabdikan dengan Mitra, perbaikan *packaging* produk ini berupa penggunaan toples yang lebih aman dan juga tahan lama dibandingkan dengan penggunaan *packaging* dengan plastik. Penggunaan *packaging* ini lebih memudahkan. Dari hasil *sharing* yang dilakukan ada beberapa hal yang menjadikan beberapa permasalahan terkait hal-hal tersebut penyebab munculnya permasalahan ini, dapat diidentifikasi, yaitu; (1) desain kemasan (*packaging*) masih belum maksimal; (2) penggunaan teknologi masih lemah; dan; (3) rendahnya manajemen usaha. Oleh karena itu, upaya peningkatan kapasitas dapat dilakukan melalui; (1) pemahaman pentingnya kemasan; (2) survei kebutuhan kemasan; dan (2) rancangan kemasan yang berdaya saing. Pertimbangan atas rancangan solusi permasalahan adalah karena pengemasan dapat meningkatkan transmisi informasi ke konsumen (Nafif et al., 2022).

Desain kemasan menurut McDaniel & Baker (1997) merupakan salah satu elemen terpenting dalam bauran pemasaran perusahaan untuk mengkomunikasikan manfaat produk dan mendapatkan keunggulan kompetitif. Karena seperti yang dikatakan Orth dan Malkewitz (2008) bahwa kehadirannya di titik penjualan dan posisinya sebagai alat bantu penting yang diandalkan konsumen untuk mengambil keputusan, desain kemasan merupakan media yang sangat kuat. Situasi ini menawarkan kemungkinan meningkatnya diferensiasi dari banyaknya produk pesaing dan dengan demikian mengarahkan pilihan konsumen untuk menerima produk perusahaan. Pentingnya kemasan bagi suatu produk tidak hanya berkaitan dengan keindahan produk, tetapi juga sangat mempengaruhi keamanan produk

yang akan dijual, dalam hal ini produk di Mak Plengeh rata-rata berupa kue kering, beberapa diantaranya mereka mudah rusak selama pengiriman. Sebagaimana hasil survei yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya menunjukkan bahwa rata-rata 4.594 menunjukkan pentingnya semua aspek penting kemasan membandingkan kemasan dapat menimbulkan persepsi terhadap kualitas makanan, hal ini sejalan dengan pendapat Magnier et al (2016). Setelah itu, kemasan yang baik dapat membangun kesan yang baik pada konsumen, hal ini sejalan dengan Official & Wismiarsi (2015) Gonzales quarter, (2007) Official & Wismiarsi (2015) dan Bettels quarter. (2020), kemasan dapat meningkatkan penjualan. Kemasan merupakan aspek penting dalam pemasaran karena merupakan cara ampuh untuk mempromosikan atribut dan merek produk tertentu melalui faktor grafis, teks, dan desain sistem. Para peneliti, kebanyakan dari mereka berfokus pada peran yang mereka mainkan dalam pengembangan atribut produk, misalnya, Magnier et al.(2016) mencatat bahwa kemasan berkelanjutan menciptakan persepsi kualitas makanan yang tinggi. Namun, sampai saat ini, mengetahui peristiwa yang terjadi melalui penyelesaian kemasan khusus, proses mental yang dapat terlibat, dan faktor yang dapat menyebabkan evaluasi konsumen terbatas (Najib, 2022).

Tahapan selanjutnya adalah perbaikan *packaging* produk dengan kemasan baru menggunakan toples. Hal ini dilakukan dengan setiap toples diisi sebanyak 35 pcs roti dan motif senyum diarahkan ke segala sisi sehingga ketika pembeli melihat produk akan jauh lebih tertarik.

Berikut adalah hasil dari desain *packaging* produk roti ori senyum yang baru menggunakan kemasan toples serta perbandingannya dengan desain *packaging* produk roti ori senyum yang lama.



Gambar 2. Kemasan lama dan kemasana baru

Dengan adanya pengembangan *packaging* produk UMKM Mak Plengeh mampu membantu dalam meningkatkan penjualan dari sebelumnya. Sehingga

pengabdian ini diharapkan mampu berdampak terhadap UMKM Mak Plengeh sebagai inovasi awal dan kemudian mampu dikembangkan menjadi inovasi yang lebih baik untuk UMKM Mak Plengeh kedepannya.

#### **4. KESIMPULAN**

Dari pembahasan diatas bahwa sosialisasi yang dilakukan oleh kelompok 32 PKS (Praktek Keuangan Syariah) mengenai pembaharuan kemasan produk Mak Plengeh memberikan ilmu baru kepada pemilik UMKM dan karyawannya. Dengan pembaharuan kemasan yang diberikan diharapkan dapat meningkatkan daya jual kepada masyarakat karena kemasan merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran serta dapat menumbuhkan jiwa kreatif dalam pengemasan kepada karyawan ataupun pemilik UMKM Mak Plengeh. Fungsi kemasan tidak hanya sebagai hiasan produk melainkan juga kemasan sangat mempengaruhi terhadap terjaganya sebuah kualitas produk hingga sampai pada konsumen, pemilihan bentuk dan bahan kemasan juga sangat mempengaruhi pada tingkat harga serta keindahan produk terlebih kemasan yang sesuai dengan bentuk produk juga akan mendukung terhadap ketertarikan konsumen pada produk yang ditawarkan

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami ucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang bersangkutan dalam pelaksanaan serta kontribusi yang diberikan dalam kegiatan Praktik Keuangan Syariah magang 2 pada gelombang 1 sehingga mampu berjalan dengan lancar, yaitu:

- a. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kediri
- b. UMKM Mak Plengeh sebagai UMKM yang bersedia menjadi tempat magang mahasiswa IAIN Kediri

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- 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.
- Ilmiyah, 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. <https://doi.org/10.34148/komatika.v2i2.508>
- Zunaidi, A. Maghfiroh, FL, Pendampingan Masyarakat Melalui Manajemen Fundraising dalam Upaya Menghimpun Dana dan Mempercepat Renovasi Pembangunan Masjid Baiturrahim Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 8, No 1, 2022. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i1.13915>
- 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) DOI: <http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.12627>
- 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. <https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.151>
- Zunaidi, A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. *Jurnal Ilmiah Pengabdhi*, Vol 7, No 2 DOI: <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i2.11424>
- Zunaidi, A. (2021). Wakaf Keluarga Perspektif UU No. 41 Tahun 2004 dan Maqasid Al-Ushrah Jamal Al-Din Atiyyah. *Mahakim: Journal of Islamic Family Law*, 5(2), 115-133. <https://doi.org/10.30762/mahakim.v5i2.137>
- Zunaidi, A. (2022). PRODUCTIVE WAQF IN MAQASID SHARIA PERSPECTIVE. *Al'Adalah*, 25(1), 93-104. <https://doi.org/10.35719/aladalah.v25i1.286>