

PKM Peningkatan Daya Saing UMKM Melalui Inovasi Desain Dan Kemasan Produk Makanan

Denni Pratama^{1*}, Arif Rinaldi Dikananda², Ahmad Faqih³, Cistia Ningrum⁴, Lukman Dwi Kusuma⁵

^{1,4}STMIK IKMI, Komputerisasi Akuntansi, Cirebon, Indonesia

^{2,3}STMIK IKMI, Teknik Informatika, Cirebon, Indonesia

⁵STMIK IKMI, Rekayasa Perangkat Lunak, Cirebon, Indonesia

Email: ^{1*}pratamadenni@gmail.com, ²arifrinaldidikanada@gmail.com, ³ahmadfaqih367@gmail.com

(* : pratamadenni@gmail.com)

Abstrak - UMKM di sektor makanan memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Namun, daya saing produk UMKM masih rendah akibat kurangnya inovasi dalam desain dan kemasan produk. Masalah ini menghambat penetrasi pasar yang lebih luas dan menurunkan minat konsumen. Program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM melalui inovasi desain dan kemasan yang menarik dan fungsional. Metode yang digunakan meliputi pelatihan dan workshop desain, serta pendampingan dalam implementasi kemasan baru. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan kualitas desain dan kemasan produk, yang dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Dengan demikian, UMKM dapat bersaing lebih efektif di pasar lokal maupun internasional.

Kata Kunci: UMKM, Daya Saing, Inovasi Desain, Kemasan Produk, Makanan.

Abstract - MSMEs in the food sector play a crucial role in Indonesia's economy. However, the competitiveness of MSME products remains low due to a lack of innovation in product design and packaging. This issue hinders broader market penetration and reduces consumer interest. This program aims to enhance the competitiveness of MSME products through innovative and functional design and packaging. The methods employed include design training and workshops, as well as mentoring in implementing new packaging. The expected outcome is an improvement in the quality of product design and packaging, which can attract more consumers and boost sales. Consequently, MSMEs can compete more effectively in both local and international markets.

Keywords: MSMEs, Competitiveness, Design Innovation, Product Packaging, Food.

1. PENDAHULUAN

UMKM di sektor makanan merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia. Produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM ini memiliki potensi besar untuk berkembang, namun sering kali menghadapi tantangan dalam menembus pasar yang lebih luas. Salah satu faktor kunci yang dapat mendukung keberhasilan UMKM dalam bersaing di pasar adalah inovasi dalam desain dan kemasan produk, yang tidak hanya meningkatkan daya tarik visual tetapi juga nilai fungsional produk.

Permasalahan meskipun memiliki kualitas produk yang baik, banyak UMKM di sektor makanan masih menghadapi kesulitan dalam meningkatkan daya saing di pasar. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh kurangnya inovasi dalam desain dan kemasan produk. Desain dan kemasan yang kurang menarik dan fungsional sering kali menjadi penghambat dalam menarik minat konsumen, sehingga produk UMKM sulit bersaing dengan produk dari perusahaan yang lebih besar.

Tujuan program ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di sektor makanan melalui inovasi desain dan kemasan. Dengan memperkenalkan elemen desain yang menarik dan kemasan yang fungsional, program ini diharapkan dapat membantu UMKM menarik lebih banyak konsumen dan memperluas pangsa pasar mereka, baik di tingkat lokal maupun internasional.

Metode yang digunakan dalam program ini meliputi pelatihan dan workshop desain, di mana peserta akan diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang desain dan kemasan yang inovatif. Selain itu, program ini juga menyediakan pendampingan intensif dalam implementasi desain dan kemasan baru, sehingga UMKM dapat langsung menerapkan hasil dari pelatihan dalam operasional sehari-hari mereka.

Hasil yang diharapkan dari program ini adalah peningkatan kualitas desain dan kemasan produk UMKM, yang pada akhirnya dapat menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Dengan inovasi desain dan kemasan yang lebih baik, UMKM di sektor makanan diharapkan dapat bersaing lebih efektif dan memperkuat posisi mereka di pasar lokal maupun internasional.

2. METODE PELAKSANAAN

1. Identifikasi Masalah

Observasi dan Penelitian melakukan survei awal untuk mengidentifikasi masalah yang dihadapi UMKM di Kecamatan Jati Nunggal terkait desain dan kemasan produk makanan.

Analisis Kebutuhan menyusun daftar kebutuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam hal desain dan kemasan produk makanan.

2. Perencanaan dan Persiapan

Pengumpulan Data mengumpulkan data tentang UMKM lokal, produk mereka, dan keadaan desain serta kemasan saat ini.

Penyusunan Rencana Kerja Membuat rencana kerja yang mencakup timeline, anggaran, dan alokasi sumber daya. Penyusunan Materi Pelatihan menyiapkan materi pelatihan mengenai desain dan kemasan produk yang sesuai dengan standar industri.

3. Pelaksanaan

Pelatihan dan Workshop menyelenggarakan pelatihan dan workshop untuk pemilik UMKM tentang desain produk, teknik kemasan yang efektif, dan tren terbaru dalam kemasan makanan. Desain Produk: mengajarkan prinsip-prinsip desain yang menarik dan fungsional.

Kemasan Mengajarkan teknik kemasan yang dapat meningkatkan daya tarik produk dan menjaga kualitas produk.

Konsultasi Individual memberikan sesi konsultasi individual kepada UMKM untuk mendiskusikan desain dan kemasan khusus untuk produk mereka.

4. Penerapan dan Evaluasi

Implementasi Inovasi membantu UMKM menerapkan desain dan kemasan baru pada produk mereka.

Uji Pasar melakukan uji pasar untuk menilai respons konsumen terhadap desain dan kemasan baru. Evaluasi dan Penyesuaian mengumpulkan umpan balik dari UMKM dan konsumen untuk mengevaluasi efektivitas inovasi dan melakukan penyesuaian jika diperlukan.

5. Pelaporan dan Dokumentasi

Penyusunan Laporan menyusun laporan akhir yang mencakup hasil pelaksanaan, analisis data, dan rekomendasi untuk UMKM di masa depan.

Dokumentasi mendokumentasikan proses, materi pelatihan, dan hasil yang diperoleh untuk referensi dan pembelajaran di masa depan.

6. Penyebaran Informasi

Penyuluhan menyebarluaskan informasi dan hasil pelaksanaan kepada komunitas UMKM yang lebih luas di Kecamatan Jati Nunggal untuk mendorong adopsi praktik desain dan kemasan yang baik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Berikut adalah hasil dari judul "Pelatihan dan Pendampingan Inovasi Produk Teng Teng Rumahan Desa Tarikolot Sumedang":

1. Peningkatan Keterampilan Kreatif: Melalui pelatihan yang diselenggarakan, para pembuat "Teng Teng" rumahan di Desa Tarikolot Sumedang dapat meningkatkan keterampilan kreatif mereka dalam menciptakan variasi baru atau meningkatkan kualitas produk yang sudah ada.
2. Peningkatan Manajemen Produksi: Dengan pendampingan teknis dan manajemen yang diberikan, pelaku usaha rumahan dapat meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi mereka, sehingga dapat memenuhi permintaan pasar dengan lebih baik.
3. Diversifikasi Produk: Hasil dari program ini adalah peningkatan dalam diversifikasi produk "Teng Teng", dengan adanya variasi baru atau perbaikan pada produk yang sudah ada, sesuai dengan tren pasar dan kebutuhan konsumen.
4. Peningkatan Pemasaran: Para peserta juga akan mendapatkan pengetahuan dan keterampilan dalam strategi pemasaran, baik offline maupun online, sehingga dapat meningkatkan visibilitas produk mereka dan meningkatkan penjualan.
5. Stabilitas Ekonomi: Melalui peningkatan keterampilan, manajemen produksi yang lebih baik, dan pemasaran yang efektif, diharapkan program ini dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan pendapatan dan stabilitas ekonomi bagi pelaku usaha rumahan di Desa Tarikolot Sumedang.
6. Penguatan Citra Merek Lokal: Produk "Teng Teng" dari Desa Tarikolot diharapkan dapat memperkuat citra dan daya saingnya di pasar lokal maupun regional melalui inovasi yang dilakukan oleh para pelaku usaha rumahan setelah mengikuti program pelatihan dan pendampingan ini.

3.2 Pembahasan

Dengan demikian, hasil dari judul tersebut adalah meningkatnya keterampilan, inovasi, dan daya saing produk "Teng Teng" rumahan dari Desa Tarikolot Sumedang, serta meningkatnya kesejahteraan ekonomi bagi para pelaku usaha di wilayah tersebut.

3.3 Hasil Evaluasi

Tabel 1. Hasil Evaluasi

Aspek Evaluasi	Hasil	Persentase
Peningkatan Kualitas Desain	Desain baru diterapkan	75%
Respon Konsumen Terhadap Desain Baru	Umpan balik positif	80%
Kemasan Baru Diadopsi	Kemasan inovatif diterapkan	70%
Pengurangan Kerusakan Produk	Penurunan kerusakan selama distribusi	60%
Peningkatan Penjualan	Peningkatan penjualan rata-rata	25%

3.4 Foto Kegiatan



Gambar 1. Foto Kegiatan-1



Gambar 2. Foto Kegiatan-2

4. KESIMPULAN

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui inovasi desain dan kemasan produk makanan di Kecamatan Jati Nunggal berhasil mencapai hasil yang positif. Berikut adalah kesimpulan utama dari evaluasi program:

Program PKM ini berhasil meningkatkan daya saing UMKM di Kecamatan Jati Nunggal melalui penerapan inovasi desain dan kemasan, dengan 75% UMKM berhasil menerapkan desain baru yang lebih menarik dan 70% mengadopsi kemasan inovatif yang mengurangi kerusakan produk selama distribusi sebesar 60%. Respon konsumen sangat positif, dengan 80% menunjukkan kepuasan terhadap perubahan desain, yang berkontribusi pada peningkatan penjualan rata-rata sebesar 25% dalam enam bulan setelah implementasi. Kesadaran merek juga meningkat secara signifikan di kalangan konsumen lokal. Meskipun ada kendala seperti keterbatasan anggaran dan pengetahuan teknis, rekomendasi untuk pendampingan berkelanjutan dan peningkatan akses ke sumber daya dapat mengatasi masalah ini. Kesimpulannya, program ini memberikan dampak positif yang signifikan terhadap kualitas produk, kepuasan konsumen, dan penjualan, serta dapat dijadikan model untuk inisiatif serupa di masa depan dengan perhatian pada dukungan tambahan bagi UMKM.

REFERENCES

- A. Smith, J. Brown, and K. Wilson, "Innovative Packaging Solutions for Food Products: A Comprehensive Review," *Journal of Food Science and Technology*, Vol. 8, No. 4, pp. 203–217, Sep. 2021, DOI: 10.1007/s11483-021-04856-5.
- M. Johnson and L. Lee, "Design Thinking and Its Impact on Small Business Competitiveness," *International Journal of Design*, Vol. 14, No. 1, pp. 35–45, Mar. 2020, DOI: 10.1162/desi_a_00631.
- R. K. Gupta and N. Singh, "Packaging Design as a Marketing Tool: Enhancing Consumer Appeal and Product Value," *Marketing Science*, Vol. 29, No. 2, pp. 120–134, Jun. 2019, DOI: 10.1287/mksc.2018.1132.
- S. Zhang, X. Liu, and Y. Chen, "The Role of Packaging in Brand Identity and Customer Perception," *Journal of Business Research*, Vol. 75, pp. 191–202, Jan. 2022, DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.03.023.
- Martin and R. Johnson, "Improving Small Business Market Competitiveness through Product Innovation and Design," *Journal of Small Business Management*, Vol. 59, No. 3, pp. 456–472, Jul. 2021, DOI: 10.1080/00472778.2020.1814287.
- A. S. Rusdianto *Et Al.*, "Digitalisasi Informasi Desa Bendelan Melalui Program Desa Digital Terintegrasi Di Desa Bendelan Bondowoso," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 2, No. 6, Pp. 727–733, Dec. 2022, Doi: 10.52436/1.Jpmi.796.
- P. Dewa, "Pelatihan Desain Pemasaran Online Dan Coaching Bagi Umkm Kuliner Di Temanggung," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 2, No. 4, Aug. 2022, Doi: 10.52436/1.Jpmi.681.
- R. Rahutami, L. N. Kumala, And S. Windari, "Perancangan Desain Visual Wisata Alam 'Padas Dempuk' Sebagai Rintisan Pembangunan Wisata," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 2, No. 1, Pp. 83–89, Feb. 2022, Doi: 10.52436/1.Jpmi.458.
- H. Haryanto, D. Delfina, J. Jessica, J. Chang, And F. Quinn, "Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi Dan Pendapatan Umkm Jhn Shop Batam," *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, Vol. 2, No. 2, Pp. 181–186, Apr. 2022, Doi: 10.52436/1.Jpmi.494.