

OPTIMALISASI KEMASAN PRODUK UNTUK MEMPERKUAT MINAT PASAR DAN BRAND UMKM LOKAL DESA MEKARMUKTI BANDUNG BARAT

Bambang Suprayogi¹, Abdur Razak²

Manajemen Informatika, Politeknik LP3I¹
Administrasi Bisnis, Politeknik LP3I²

Article history

Received: 22 Juli 2024

Revised: 29 Juli 2024

Accepted: 29 Juli 2024

*Corresponding author

Email: bambangsuprayogi@plb.ac.id

ABSTRAK

Kemasan produk dan *Brand* UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat sangat berpengaruh terhadap cara pandang customer dalam memilih produk, dan dengan adanya pemberlakuan digital economy maka hal ini dapat membantu pemasukan usaha serta dengan berjalannya usaha ini dengan baik maka dapat terus meningkatkan pendapatan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat. Peran *Digital Economy* dalam hal kemasan produk dan Brand pada UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat mempermudah proses penjualan, mempermudah transaksi pembayaran serta membantu pemasaran produk. Khusus UMKM dalam penelitian ini adalah UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung belum produktif mandiri secara ekonomi dan belum efektif secara penggunaan teknologi dalam pengelolaan dan Pemasaran produk UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yang masih terbatas.

Kata Kunci: kemasan; brand; minat pasar; umkm; produk

ABSTRACT

The product packaging and brand of the local UMKM in Mekarmukti Cihampelas Village, West Bandung Regency has a big influence on the customer's perspective in choosing products, and with the implementation of the digital economy, this can help business income and if this business runs well, it can continue to increase the income of the Village's Local UMKM. Mekarmukti Cihampelas, West Bandung Regency. The role of the Digital Economy in terms of product packaging and branding in local UMKM in Mekarmukti Cihampelas Village, West Bandung Regency, simplifies the sales process, facilitates payment transactions and helps product marketing. Specifically for UMKM in this research, the local UMKM in Mekarmukti Cihampelas Village, Bandung Regency, are not yet economically independent and are not yet effective in using technology in managing and marketing products. Local UMKM in Mekarmukti Cihampelas Village, West Bandung Regency are still limited.

Keywords: packaging; brand; market interest; UMKM; Product

© 2024 Damkar

PENDAHULUAN

Persaingan antar UMKM pada saat ini sangatlah kompleks karena derasnya arus perdagangan bebas yang membuat kompetisi datang dari segala arah. UMKM diharapkan mampu menerapkan strategi pemasaran yang baik untuk meningkatkan dan memperhatikan produk yang berkualitas agar produk mereka dapat diterima di kalangan masyarakat dan diperlukan sebuah strategi untuk membuat produknya dapat bertahan dan memiliki daya tarik bagi konsumen. Terdapat beberapa elemen yang perlu diperhatikan oleh para pelaku usaha karena dapat memberikan dampak besar pada daya saing sebuah produk, salah satunya adalah kemasan. Produsen harus dapat beradaptasi dan inovatif, salah satunya inovasi adalah desain kemasan yang menarik sebagai satu faktor kunci yang dapat meningkatkan pemasaran. Desain yang unik, berbagai ukuran,

lebih banyak warna, bentuk, dan informasi kemasan mempengaruhi konsumen ketika memilih suatu produk. Hal tersebut dapat menunjukkan bahwa desain produk memiliki dampak besar pada minat konsumen membeli produk yang ditawarkan.

Permasalahan yang dihadapi usaha UMKM saat ini adalah kemasan produk yang menyangkut identitas dari suatu produk, hal ini terjadi pada UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yang sering menerima masukan serta komplain dari konsumen.

Penelitian ini untuk melakukan optimalisasi dan pendampingan, pengembangan serta memperbaharui kemasan produk UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat sehingga lebih baik dan lebih menarik untuk dapat menarik minat pasar dan bisa bersaing era digital.

METODE PELAKSANAAN

UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat memiliki keterbatasan dalam pengembangan desain kemasan sebagai strategi pemasaran untuk memperoleh positioning dalam benak konsumen. Kemasan menjadi salah satu pendorong agar mampu menarik respon positif dari konsumen. UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat selama ini menggunakan kemasan yang sederhana yang dijual dipasaran, karena kurang menariknya kemasan tersebut, tim peneliti memberikan solusi praktis untuk melakukan pendampingan mengenai pengelolaan dan pengembangan desain kemasan. Adapun langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- Melakukan diskusi dengan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat mengenai desain yang baik sehingga dapat meningkatkan strategi pemasaran.
- Memverifikasi mengenai desain baru UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat dengan owner, yang dilanjutkan dengan finalisasi desain untuk cetak kemasan.
- Melakukan riset mengenai potensial konsumen terhadap kemasan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yang baru. Hasilnya, banyak potensial konsumen yang menyatakan bahwa kemasan terbaru ini lebih menggugah selera dibandingkan kemasan lama.
- Melakukan pencatatan secara digital melalui aplikasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat agar memudahkan pendataan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Participatory Rural Appraisal (PRA). Metode PRA adalah sebuah pendekatan yang mengajak masyarakat untuk turut berpartisipasi dalam proses pembangunan dan pengembangan sebuah kegiatan. partisipatif adalah sebuah pendekatan Tekanan dalam proses penguatan dan peningkatan partisipasi masyarakat Keterlibatan masyarakat dalam semua kegiatan pembangunan. (Eka et al., 2022) Mendekati PRA membutuhkan masyarakat/mitra untuk menjadi perencana dan pelaksana Program pembangunan sekaligus obyek pembangunan.

Dalam penelitian ini pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

- Observasi dan Wawancara
Melalui metode pengajaran dan dialog, yaitu dengan melakukan kegiatan Sosialisasi optimalisasi penciptaan nilai produk, yaitu dengan melakukan pengembangan kemasan produk mitra dengan desain kemasan yang menarik. Sosialisasi yang ditargetkan Membantu mitra memahami urgensi menggunakan kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan nilai tambah / nilai jual produk dan menganalisis permasalahan- permasalahan yang terjadi pada UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.
- Pengembangan Kemasan Produk dan pembuatan Banner dengan design baru
Produk dikemas dengan desain kemasan yang lebih menarik yang telah dikembangkan dan diusulkan oleh tim peneliti, sehingga bentuk desain kemasan produk yang baru dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

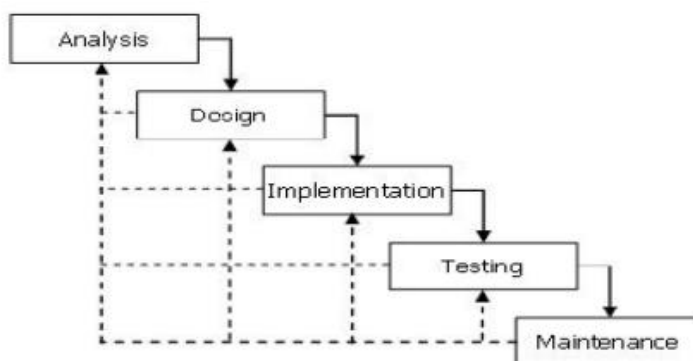
- c. Pembuatan Aplikasi pendataan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat Diperlukannya sebuah aplikasi atau web profile UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat untuk mempermudah pendataan produknya, serta menjadi salah satu alat promosi produk UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat guna menarik minat pasar dalam memilih produk secara digital
- d. Tindak Lanjut Program Kegiatan Dan Evaluasi
Melakukan pendampingan, pemantauan dan evaluasi publikasi/distribusi hasil program kegiatan pendampingan dilakukan secara berkala, tujuannya mengevaluasi hasil yang diperoleh dan kendala yang dihadapi selama kegiatan, diharapkan pendapatan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat meningkat.



Gambar 1. Proses Kegiatan Pembinaan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat

PEMBAHASAN

Untuk menangani permasalahan dalam bidang manajemen dan teknologi yang dibutuhkan untuk pendataan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yaitu dengan Pengembangan Sistem Informasi pendataan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat melalui tahapan dari metode waterfall dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Metode Waterfall menurut Bassil
Sumber: Bassil, 2012

System / Information Engineering and Modeling

Pada tahapan Project Definition, tim pengusul mencari kebutuhan dari keseluruhan sistem yang akan diaplikasikan ke dalam bentuk software yang akan dikembangkan dalam sistem informasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat dapat berinteraksi dengan elemen-elemen yang lain seperti hardware, database, programming code dan lainnya yang tertera dalam langkah-langkah metode waterfall sebagai berikut:

a. Analysis

Tahap ini tim peneliti akan berkomunikasi dengan UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat yang bertujuan untuk mengetahui sifat dari program yang akan dibuat, fungsi yang dibutuhkan, user interface dan kebutuhan sistem berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung, tim pengusul menganalisis data keluhan dari informasi mitra sehingga didapatkan sebuah dokumen analisis yang digunakan sebagai bahan untuk ditunjukkan kepada mitra, apa yang diharapkan oleh mitra dan batasan sistem informasi tersebut.

b. Design

Pada tahap ini, tim peneliti membuat desain sistem. Proses ini digunakan untuk mengubah kebutuhan-kebutuhan diatas menjadi representasi ke dalam bentuk "blueprint" software sebelum melakukan pemograman yang dapat mengimplementasikan kebutuhan yang telah disebutkan pada tahap sebelumnya dalam mendefinisikan arsitektur Sistem Informasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat secara keseluruhan.

c. Implementation

Dalam tahap ini, tim peneliti membangun sebuah aplikasi berdasarkan desain "blueprint" yang telah dibuat. Pengembangan aplikasi ini dilakukan dari awal hingga aplikasi siap dijalankan. Sistem Informasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat dibuat dan dikembangkan oleh tim peneliti. Dan diimplementasikan ke mitra secara bertahap, yang terintegrasi dalam tahap selanjutnya. Setiap menu atau module program sistem informasi dikembangkan dan diuji secara fungsional.

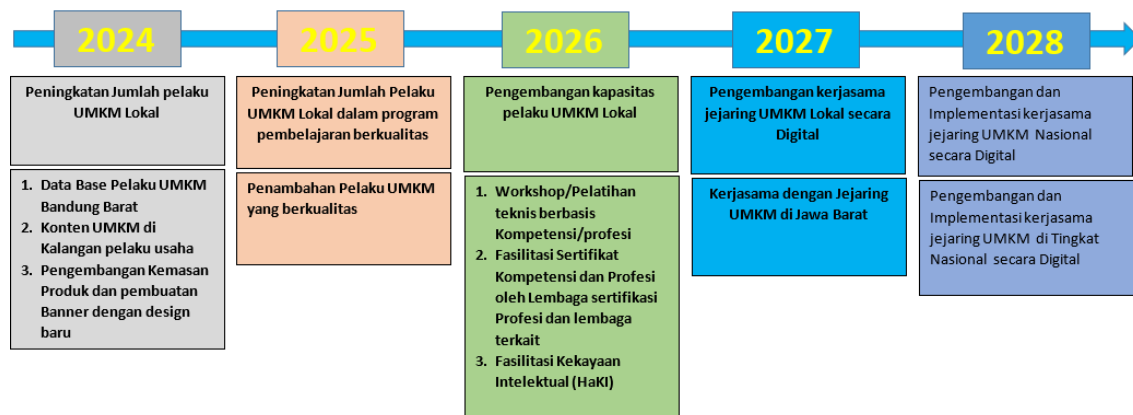
d. Testing

Tahap ini setelah proses pembangunan aplikasi selesai, tim peneliti melakukan pengujian . Aplikasi diuji berdasarkan metode black box untuk mengetahui tingkat keberhasilan dari bagian sistem dan pengujian secara langsung pada Sistem Informasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat dilakukan verifikasi dan pengujian apakah sistem memenuhi persyaratan dan kebutuhan pengguna, pengujian dapat dikategorikan ke dalam unit testing (dilakukan pada modul tertentu kode), sistem pengujian (untuk melihat bagaimana sistem bereaksi ketika semua modul yang terintegrasi) dan penerimaan pengujian (dilakukan dengan atau nama mitra untuk melihat apakah semua sesuai kebutuhan mitra).

e. Maintenance

Tahap akhir, pemeliharaan suatu software diperlukan, termasuk di dalamnya adalah pengembangan Sistem Informasi UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat. Pemeliharaan termasuk dalam memperbaiki kesalahan yang tidak ditemukan pada langkah sebelumnya dan pengembangan diperlukan ketika adanya perubahan dari eksternal perusahaan seperti ketika ada pergantian sistem operasi, atau perangkat lainnya

Gambar 3 adalah Road Map UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat Tahun 2028.



Gambar 3. Road Map UMKM Lokal Desa Mekarmukti Cihampelas Kabupaten Bandung Barat.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian berjalan dengan lancar, mitra sangat antusias mengikuti kegiatan pelatihan sudah dimanfaatkan dan berdampak pada peningkatan produksi mitra. Kegiatan ini juga berdampak pada meningkatnya produksi sehingga menghemat waktu dan efisiensi tenaga, serta dapat meningkatkan mutu produk yang dihasilkan dan sudah memiliki strategi pemasaran dengan pendekatan 7P yang sangat baik dan digital marketing dalam menjalankan usahanya. Dengan manajemen yang profesional dapat membantu dalam menganalisis pokok permasalahan serta dapat mengembangkan potensi UMKM. Pemasaran digital menjadi solusi dalam melalui layanan online dan penggunaan media sosial sebagai tempat menyampaikan informasi terkait produk dan mengembangkan konten digital yang menarik. Secara produk yang dihasilkan sudah sangat baik mengikuti trend perkembangan zaman yang diperlukan adalah mempertahankan konten media sosial dengan konsisten untuk terus mengembangkan brand terhadap harapan seperti yang diinginkan oleh customer. Dengan mengembangkan brand, sangat berpeluang untuk menjadi tujuan utama para konsumen dari luar bandung ketika ingin ke bandung para konsumen memiliki tujuan untuk singgah di UMKM Mekarmukti.

DAFTAR PUSTAKA

- Bassil. A. (2012). Simulation Model For The Waterfall Software Development Life Cycle. Int J Eng Technology
Djauhar Manfaat. (2013). Case Based Design (Desain Berbasis Kasus). Jakarta; Gramedia Pustaka Utama,).
- Efendy A. (2020). Pengaruh Brand Identity terhadap Brand Loyalty melalui Brand Image dan Brand Trust Honda Motor. Manajemen Pemasaran Petra
- Jim Iffe dan Frank Tesoriero. (2008). Commity Development: Alternatif Pengembangan Masyarakat di Era Globalisasi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- M. Rosner Klimchuk dan Sandra A. Krasovec. (2011). Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep Sampai Penjualan, Terj. Bob Sabran, Cet-5, (Jakarta: Erlangga).
- Sujarweni. (2014). Metode Penelitian : Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Wardhana.(2015). Strategi Digital Marketing dan Implikasinya Pada Keunggulan Bersaing UKM di Indonesia. In: Prosiding Seminar Nasional Forum Keuangan dan Bisnis IV [Internet]. Available from: <https://www.researchgate.net>