

## Pengembangan *Packaging* Produk untuk Menambah Nilai Jual pada UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima

Shafira Awalia<sup>1\*</sup>, Wulandari<sup>2</sup>, Gusmawarni<sup>3</sup>, Mihra Julianti<sup>4</sup>, Ita Purnama<sup>5</sup>

<sup>12345</sup>Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia

### Info Artikel

#### Riwayat Artikel:

Diterima 17, 01, 2024  
Diperbaiki 26, 01, 2024  
Disetujui 02, 02, 2024

#### Katakunci:

Packaging Produk;  
UMKM.

### ABSTRACT

*Micro businesses or small and medium enterprises (MSMEs) are one of the backbones of the Indonesian economy. The role of MSMEs is to meet people's needs for superior quality products, open new jobs and increase regional income. One of the micro businesses in Sondosia Village, Bima Regency is Minasarua Saijah, but its distribution is considered less widespread. The aim of this guidance is to develop Minasarua Saijah products in order to bring MSMEs up to class to increase sales results and distribution coverage. The implementation methods used are surveys, interviews, discussions and implementation. The results obtained from this activity are product changes to become superior, including packaging and logo innovations to increase consumer buying interest. From the results of the guidance carried out, it is hoped that Minasarua Saijah MSMEs can develop even more rapidly so that they can increase income.*

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



### Penulis Korespondensi:

#### Shafira Awalia

Prodi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Kota Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia  
Email: [shafiraawalia.stiebima20@gmail.com](mailto:shafiraawalia.stiebima20@gmail.com)

### Cara Sitasi Artikel ini dalam APA:

Awalia, S., Wulandari, Gusmawarni, Julianti, M., & Purnama, I. (2024). Pengembangan Packaging Produk Untuk Menambah Nilai Jual Pada UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima. *LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren*, 2(1), 06~10. <https://doi.org/10.35870/ljit.v2i1.2120>

## 1. PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi saat ini, kemasan memegang peranan yang penting karena akan selalu dikaitkan dengan produk yang dikemas dan merupakan nilai jual serta citra dari produk tersebut. Peran kemasan dalam suatu produk ialah sebagai wadah yang memungkinkan didistribusikannya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen, melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan, dan lain-lain, memberikan informasi, *brand image* dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan atau *packaging* dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting [1].

*Packaging* yang mencakup desain, bahan, warna, logo, dan informasi produk, memiliki peranan penting dalam menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi persepsi mereka terhadap kualitas produk. Strategi pemasaran yang efektif melalui kualitas dan kreativitas *packaging* memiliki keterkaitan yang kuat [2]. Produk dengan kualitas yang tinggi yang dikemas dengan baik dalam *packaging* menarik mencerminkan citra positif produk. Ketika konsumen melihat produk dengan *packaging* menarik dan berkualitas, mereka cenderung menganggapnya sebagai produk dengan standar kualitas yang tinggi. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk mencoba dan membeli produk [3]. Adanya kemasan yang standar pada UMKM dapat meningkatkan pemasaran dan penjualan pada konsumen. Oleh karena itu, perlunya diadakan inovasi kemasan dalam rangka meningkatkan pemasaran produk, mengangkat citra dan nilai tambah pada produk, dan memperpanjang masa simpan produk sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas untuk meningkatkan hasil penjualan [4].

Usaha mikro atau usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah unit usaha produksi mandiri yang dijalankan oleh perorangan atau badan usaha di bidang perekonomian. UMKM merupakan salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia yang patut mendapat perhatian karena mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran di tengah persaingan kerja di sektor formal [5]. Peran UMKM adalah memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk-produk berkualitas unggul, membuka lapangan kerja baru dan meningkatkan pendapatan daerah. Pemberdayaan UMKM merupakan pilihan strategis untuk meningkatkan pendapatan kelompok berpenghasilan rendah dan mengurangi kesenjangan pendapatan dan kemiskinan dengan meningkatkan kapasitas kewirausahaan dan keterampilan manajemen usaha [6].

Sondosia adalah salah satu desa yang terletak di Kecamatan Belo, Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia yang memiliki berbagai macam UMKM. Masyarakat Desa Sondosia memiliki mata pencaharian terbanyak yaitu sebagai petani, nelayan dan wirausahawan. Desa Sondosia merupakan salah satu desa yang cukup maju dalam bidang usaha, terutama dalam mengembangkan produk lokal masyarakatnya. Desa ini dapat dikatakan aktif dalam kegiatan usaha mikro atau usaha kecil dan menengah (UMKM).

Salah satu usaha mikro yang paling menonjol di Desa Sondosia ialah dalam bidang pangan berupa produksi Minasarua. Minasarua merupakan minuman tradisional yang menggunakan rempah-rempah khusus dan memiliki banyak manfaat untuk tubuh. Keahlian membuat Minasarua diwariskan secara turun temurun, tidak sembarangan orang bisa membuatnya, salah sedikit saja maka rasanya akan berbeda. Pelestarian produk ini tak dapat lepas dari pemasaran yang meluas dan dapat menjangkau lebih banyak konsumen, untuk mewujudkan hal ini diperlukan adanya pengembangan produk berupa perubahan kemasan tradisional menjadi lebih modern sehingga pendistribusiannya pun lebih luas.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang ditujukan untuk mendeskripsikan suatu keadaan atau fenomena-fenomena apa adanya [7]. Penelitian ini difokuskan pengembangan *packaging* produk untuk menambah nilai jual pada UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu seluruh karyawan Lasehan La Bagus. Penelitian ini dilakukan di UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan observasi. Dari wawancara dan observasi atau pengamatan awal peneliti pada UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima ditemukan permasalahan terkait pengembangan *packaging* produk untuk menambah nilai jual pada UMKM Minasarua Saijah Sondosia Kabupaten Bima. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan pada UMKM Minasarua Saijah yang terletak di Desa Sondosia Kabupaten Bima. Pelaksanaan metode ini dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu :

- a. Pelaksanaan survei, sebagai tahapan awal melakukan survey pada UMKM Minasarua Saijah. Untuk mengetahui semua informasi tentang bidang usaha yang dijalankan dan bisa mengetahui potensi UMKM mana yang memiliki potensi untuk bisa berkembang.

- b. Pelaksanaan Wawancara, setelah dilakukan tahapan awal dilanjutkan dengan wawancara kepada UMKM. Bertanya jawab tentang kondisi usaha tersebut serta menanyakan apa permasalahan dan kendala yang sedang dialami oleh UMKM tersebut.
- c. Pelaksanaan Diskusi, setelah mengetahui permasalahan dan kendala yang dialami pelaku UMKM. Selanjutnya dilakukan diskusi untuk mendapatkan solusi, yang kemudian memberi saran dan masukan untuk penyelesaian permasalahan yang sedang dialami pelaku UMKM.
- d. Pelaksanaan Penerapan, dari beberapa tahapan yang sudah dilalui. Selanjutnya dari beberapa solusi dan masukan yang diterima kemudian mewujudkannya melalui pendampingan terkait dengan pengembangan *packaging* untuk pelaku UMKM Minasarua Saijah.

### 3. HASIL DAN DISKUSI

Pengembangan produk merupakan sebuah strategi untuk mencapai tujuan penjualan agar dapat memenangkan persaingan pasar. Sangat penting bagi sebuah bisnis untuk dapat melakukan strategi pemasaran yang baik, terutama pada bisnis UMKM. Setiap UMKM dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan perlu mengadakan suatu inovasi atau perubahan produk kearah yang lebih baik lagi karena produk yang dihasilkan oleh perusahaan selalu bergerak ke arah dinamis untuk memuaskan kebutuhan konsumen [8]. Berikut rincian inovasi yang telah dilakukan :

#### Kemasan Minasarua Saijah

Inovasi kemasan gula gending ini direalisasikan dengan berdiskusi dengan pemilik UMKM



**Gambar 1.** Kemasan Lama



**Gambar 2.** Kemasan Baru

Minasarua terlebih dahulu guna menemukan bentuk kemasan yang tepat. Pemilihan kemasan perlu disesuaikan dengan produk yang adakan dibuat. Selain digunakan untuk membungkus suatu produk, kemasan juga berfungsi sebagai pemikat hati konsumen terhadap produk [9]. Kemasan yang digunakan oleh Minasarua Saijah pada awalnya hanya menggunakan plastik biasa yang menyebabkan produk kurang mempunyai nilai jual. Sosialisasi ini telah merekomendasikan untuk mengganti kemasannya dengan menggunakan botol plastik yang lebih menarik agar dapat menarik hati konsumen. Dengan kemasan yang menarik diharapkan produk UMKM ini dapat bersaing di pasaran.

Perencanaan kemasan haruslah seefektif dan efisien mungkin. Pada botol minasarua yang dibuat, ditempelkan beberapa hal meliputi nama produk, logo UMKM, komposisi, pilihan varian rasa, berat bersih,

dan kontak pemesanan. Hal ini dilakukan untuk mempermudah konsumen dalam memperoleh informasi terkait produk yang tersedia.

### Logo Minasarua Saijah

Disamping adanya kemasan, keberadaan logo untuk sebuah produk juga dinilai sangat penting. Logo merupakan identitas suatu perusahaan yang diaplikasikan oleh sebuah pelaku usaha sebagai bentuk komunikasi visual. Pengembangan logo bagi UMKM akan berdampak pada nilai jual produk itu sendiri. Komponen-komponen ini membantu pembeli dalam memvisualisasikan, menggambarkan, dan membedakan barang yang ditawarkan. Kekuatan logo adalah pelanggan akan segera menghubungkannya dengan merek dan produk [10].



Gambar 3. Logo Lama



Gambar 4. Logo Baru

Logo Minasarua Saijah mencantumkan visualisasi yang sekiranya menggambarkan produk Minasarua itu sendiri. Desain logo yang dibuat merepresentasikan bahwa Minasarua Saijah merupakan minuman tradisional yang diproduksi langsung melalui resep turun menurun.

## 4. KESIMPULAN

Potensi UMKM Minasarua Saijah yang terletak di Desa Sondosia Kabupaten Bima Nusa Tenggara Barat harus didukung dengan pengembangan inovasi agar produk yang tercipta dapat menjangkau lebih banyak konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan penggantian kemasan yang awal mulanya menggunakan botol plastik biasa menjadi botol yang penampilannya lebih menarik sehingga mempunyai nilai jual yang lebih tinggi. Upaya lain yang digunakan dalam pengembangan produk ialah penambahan logo Minasarua Saijah. Berbagai hal yang dilakukan untuk pengembangan produk diharapkan dapat membuat UMKM Minasarua Saijah berkembang lebih pesat lagi dan dapat meningkatkan pendapatan UMKM Minasarua Saijah.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] H. Maulana and A. Hakim, "Pengembangan Kemasan Produk Untuk Memperkuat Minat Pasar Dan Brand Nugget Lele," *ABDIMA J. Pengabd. Mhs.*, vol. 2, no. 1, pp. 1768–1774, 2022.
- [2] M. Prasetyawati *et al.*, "Pelatihan pembuatan desain kemasan untuk meningkatkan pemasaran pada umkm olahan makanan di kelurahan kelapa dua wetan," *Semin. Nas. Pengabd. Masy. LPPM UMJ*, vol. 2, no. 1, pp. 1–5, 2022.
- [3] M. F. Najib, A. Februadi, T. Djatnika, W. Rafdinal, and C. Magdalena, "Inovasi Desain Kemasan ( Packaging ) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM," *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 56–64, 2022.
- [4] A. Widiati, "Peranan Kemasan ( Packaging ) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah ( Umkm ) Di ' Mas Pack ' Terminal Kemasan Pontianak," *J. Audit dan Akunt. Fak. Ekon. dan Bisnis Univ. Tanjungpura*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2019.

- 
- [5] A. Putra, A. D. Safitri, C. Oktania, and M. Saputri, "Sosialisasi Dan Pelatihan Packaging Pada UMKM Di Kelurahan Blitar Untuk Meningkatkan Daya Jual Produk Packaging Training And Socialization For Small And Medium Enterprise ( SME ) In Blitar Sub-District To Increase Selling Value Of Product," *Wawasan J. Ilmu Manajemen, Ekon. dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 3, pp. 244–249, 2023.
- [6] A. D. Iswahyun, A. K. Hendrawan, A. Ramadhani, and F. Anam, "Pelatihan Pembuatan Kemasan ( Packaging ) Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Makanan Dan Minuman Di Mitra Binaan Fatayat Nu Kabupaten Cilacap," *J. Pengabd. Masy. TEKNOYASA*, vol. 3, no. 1, pp. 96–101, 2022.
- [7] S. Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendektan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- [8] A. Munawar, P. Studi, and I. Bisnis, "Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor," *J. Abdimas Dedik.*, vol. 2, no. 1, pp. 115–120, 2021, doi: 10.374/jadkes.v2i1.1402.
- [9] R. E. Badri, C. Pratisti, and A. S. Putri, "Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri," *PaKMas (Jurnal Pengabd. Kpd. Masyarakat)*, vol. 2, no. 2, pp. 347–353, 2022, doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1268.
- [10] N. Rodiah, W. Wirastuti, and H. W. Adda, "Pengembangan Kemasan Produk Sabun Kopi (Letofie) Sebagai Wujud Pemberdayaan Masyarakat Di Desa Lembantongoa," *J. Inf. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 9–18, 2023.