

Revitalisasi Kemasan Produk dalam Peningkatan Daya Tarik, Penjualan, dan Pendapatan UMKM Binaan PT Pertamina Hulu Rokan di Mandau

Husni Mubarak¹, Rosmida², Nur Anita³

Study Program in Applied Public Financial Accounting, Bengkalis State Polytechnic

Email: winman0189@gmail.com or husnimubarak@polbeng.ac.id

Email: rosmida@polbeng.ac.id

Email: nuranita@polbeng.ac.id

Abstrak

This service aims to provide assistance and guidance to MSMEs assisted by PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) in the form of Revitalizing Product Packaging to Increase Attractiveness, Sales and Income. Activities are carried out using a descriptive qualitative approach where the approach is implemented by improving product quality, increasing brand and product quality through packaging. This effort was carried out as an indicator of increasing sales and income for MSMEs. The output of the activity (Output) is that by holding this activity there will be changes to the quality of MSME product packaging and it will become an icon for partners that this program has a good impact on changes in MSMEs. The impact (outcome) of this activity is increasing the knowledge and skills of MSMEs related to standardizing product packaging design and increasing market share, gaining public appreciation for Polbeng and establishing harmonious relationships between Polbeng, partners and the community.

Keyword: UMKM, Finance management, finance report, finance workshop

1. Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki posisi penting dalam keberlangsungan perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu alternatif pemecahan masalah pengangguran, bahkan berperan dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Berdasarkan Sensus Ekonomi dari Badan Pusat Statistik pada 2016 menunjukkan UMKM menyerap hingga 89,2% dari total tenaga kerja, menyediakan hingga 99% dari total lapangan kerja, menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional, menyumbang 14,17% dari total ekspor dan menyumbang 58,18% dari total investasi (<https://www.kompas.com/>). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, tentang perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) dan usaha besar (UB) hingga tahun 2018 tercatat 64.199.606 unit UMKM. Angka ini naik sekitar 2,02% dari tahun 2017. Hasil Sensus Ekonomi dari BPS tahun 2016 pencacahan lengkap, jumlah Usaha Mikro Kecil (UMK) di Indonesia 26,26 juta usaha, Kabupaten Bengkalis sendiri menempati urutan terbanyak ke-4 se-provinsi Riau dengan jumlah UMKM sebanyak 42.029, setelah Pekanbaru, Kampar, dan Indragiri Hilir (ukmriau.com).

Pada tahun 2020 UMKM Indonesia menghadapi guncangan yang cukup mengejutkan, hal ini dikarenakan munculnya pandemic covid-19 yang mengharuskan para pelaku UMKM memutar otak untuk dapat bertahan. Di Riau sendiri, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) melaporkan bahwa Data UMKM di Riau Tahun 2022 sebanyak 252.574 unit. Hal ini menunjukkan perkembangan UMKM yang cukup pesat dibandingkan dengan tahun sebelumnya, perkembangan yang pesat ini menandakan bahwa keberadaan UMKM semakin diakui dan dibutuhkan oleh masyarakat Riau. Oleh karena itu, merupakan tujuan penting untuk menciptakan UMKM yang memiliki kualitas dan daya saing.

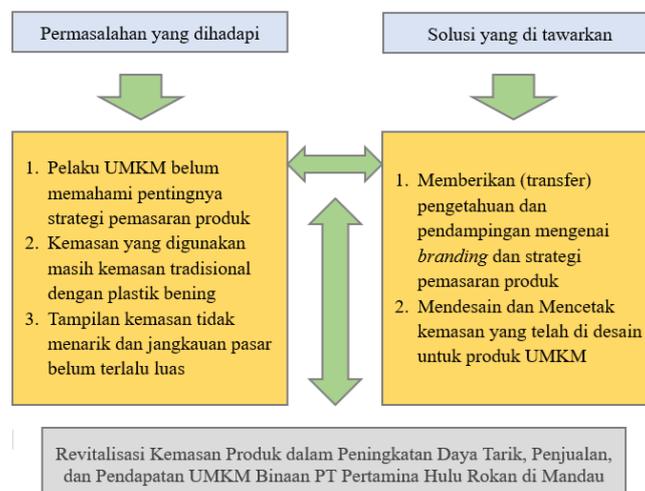
Agar dapat mewujudkan UMKM yang berdaya saing, maka diperlukan kontribusi dari banyak pihak dalam upaya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM selama ini. Banyak permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, terutama dari segi kemasan yang kurang menarik sehingga minat konsumen terhadap produk tidak terlalu tinggi. Beberapa penelitian terdahulu telah membuktikan pengaruh positif dari desain

kemasan produk terhadap minat beli konsumen (Mufreni, 2016; Willy dan Nurjanah, 2019; Putra, 2020; Widyaningrum dan Musadad, 2021). Mufreni (2016) menyatakan bahwa desain produk dapat menciptakan persepsi konsumen bahwa produk yang dibeli adalah produk premium dan berkualitas baik sehingga akan mendorong minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Hal ini didukung dengan penelitian Putra (2020) dan Widyaningrum dan Musadad (2021) yang menemukan pengaruh yang positif dari desain produk terhadap minat beli konsumen. Selanjutnya, Willy dan Nurjanah (2019) menyatakan bahwa kemasan saat ini tidak lagi hanya berfungsi sebagai wadah pembungkus produk manakan atau minuman agar terhindar dari kotoran, debu, udara, benturan dan sinar matahari, tetapi juga digunakan sebagai alat promosi dan menarik minat pembeli. Lebih lanjut, kemasan dapat menarik perhatian konsumen, meningkatkan citra, dan merangsang persepsi konsumen tentang produk (Ahmed, 2014).

Dari paparan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa desain kemasan merupakan salah satu poin penting yang menjadi perhatian untuk menarik minat konsumen. Oleh karena itu, pengadaan kemasan akan menjadi fokus utama dalam kegiatan pengabdian yang diusulkan. Kegiatan pengabdian ini dilakukan pada UMKM Binaan PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) di Kec. Mandau. Fokus kegiatan pengabdian yakni pada UMKM Dendeng Organik Rezki Bunda Yasmi Yetti. Adapun total produk dari UMKM tersebut adalah 2 produk. Saat ini UMKM binaan telah memiliki kemasan tersendiri namun hanya menggunakan plastik sederhana yang ditempel stiker merk kecil. Sehingga, perlu dilakukan perbaikan kemasan dalam rangka untuk meningkatkan daya Tarik, penjualan, dan pendapatan UMKM tersebut. PHR melalui program *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Kerjasama dengan Perguruan Tinggi dalam hal ini Politeknik Negeri Bengkalis (Polbeng) bersama-sama berkomitmen dalam meningkatkan kapasitas dan wawasan para pelaku UMKM agar lebih berdaya saing. Oleh karena itu, judul kegiatan pengabdian yang diusulkan adalah **“Revitalisasi Kemasan Produk dalam Peningkatan Daya Tarik, Penjualan, dan Pendapatan UMKM Binaan PT Pertamina Hulu Rokan di Mandau”**.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan Kegiatan pengabdian dijelaskan sebagai berikut: Sebagai langkah awal, tim melakukan analisis situasi terhadap pelaku UMKM sehingga dapat ditentukan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, Setelah mengetahui permasalahan tim akan menyusun rencana solusi yang ditawarkan. Lebih lanjut, masalah beserta solusinya dapat dipetakan melalui Gambar 3.1 di bawah ini:



Gambar 1 Gambaran Masalah dan Solusi yang Ditawarkan

3.2 Teknik Pelaksanaan

Teknik Pelaksanaan dari solusi yang ditawarkan atas masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM diantaranya :

Tahap Awal – Pra Kegiatan. Melakukan prakondisi penyuluhan dengan membangun kesepahaman dan komitmen bersama kelompok sasaran dan unsur terkait, menyelaraskan seluruh tujuan dan rencana kegiatan penyuluhan, serta berfokus kepada prioritas masalah dan kebutuhan kelompok sasaran. Konsolidasi Tim Memastikan kesiapan tim terhadap tugas dan perannya masing-masing, menyepakati jadwal pelaksanaan kegiatan. Observasi Lapangan melakukan pengamatan dan eksplorasi informasi di lapangan secara langsung oleh tim bersama kelompok sasaran, menganalisa situasi yang ada di lapangan.

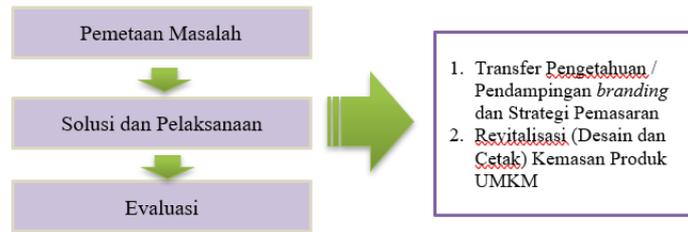
Tahap Pelaksanaan Kegiatan 1: Transfer Pengetahuan / Pendampingan Strategi Pemasaran, Pada kegiatan ini, tahap pelaksanaan yang dilakukan adalah memberikan pendampingan dalam bentuk transfer pengetahuan kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya *branding* dan strategi pemasaran. Kegiatan ini dapat dilakukan bersamaan dengan kegiatan revitalisasi kemasan produk agar tujuan dan makna dari kegiatan pengabdian ini dapat tersampaikan dengan baik kepada para pelaku UMKM.

Tahap Pelaksanaan Kegiatan 2: Revitalisasi Kemasan Produk UMKM (Desain dan Cetak Kemasan), Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini adalah melakukan revitalisasi kemasan produk untuk pelaku UMKM. Adapun UMKM Binaan PHR yang menerima manfaat ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1 Kelompok UMKM Penerima Manfaat

No	Usaha	Produk	Profil
1	Mutiara sekumbang	1. Sate lidi 2. Kerupuk cabe 3. Singkong original	Pemilik: Epi Mulyani Usaha: Ubi Kayu dan Ubi rambat berdiri: 2005 Alamat: jl. Wonosari balai makam Mandau
2	Dadang Bersaudara	1. Kerupuk lentu 2. Kerupuk Sanjai ubi 3. Kerupuk kuning	Pemilik: Rediyalni Zarti Usaha: Kerupuk olahan dari bahan ubi kayu berdiri: 2000 Alamat: jl. Wonosari Km. 3,5 Balai Makam, Duri
3	Bakpia chelsy	Kue Basah	Pemilik: Ratna Sari Usaha: kue basah berdiri: 2010 Alamat: jl. Wonosari Km. 3,5 Balai Makam, Duri
4	Cahaya ummi	1. Kerupuk cabe 2. Keurup original 1. Minuman	pemilik: Nur 'Aini Tanjung usaha: ANEKA CEMILAN bahan olahan ubi berdiri: 2012 Alamat: Jln. Echo No:08 Perumnas Tahap 4 Desa Balai Makam.
5	Dendeng Organik Rezki Bunda	Dendeng original dendeng daun ubi	Pemilik: Yesmiyetti Usaha: Olahan daun singkong Tahun berdiri; 2017 Alamat: .jln pipa air bersih. Thp 2 duri riau

Pada tahap ini, tim melakukan evaluasi terkait kegiatan transfer pengetahuan yang telah disampaikan. Selain itu, pada tahap ini tim akan memonitoring hasil penjualan pada kemasan yang telah dilakukan revitalisasi untuk memastikan tujuan dari kegiatan pengabdian tercapai. Pada setiap tahapan teknis pelaksanaan, selalu diiringi dengan proses pengendalian sebagai langkah untuk menjamin setiap proses terlaksana dengan baik dan tepat sasaran. Adapun desain skema pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Alur Kerja Program yang Diusulkan

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan untuk revitalisasi kemasan produk UMKM ini dilakukan beberapa tahapan diantaranya melalui tahapan persiapan, tahapan perbaikan kualitas Kemasan, dan tahapan finalisasi kemasan. Adapun tahapan tersebut dapat di jelaskan sebagai berikut:

Tahapan persiapan

Pada tahapan ini merupakan tahapan design brief dengan pemilik usaha. Pendekatan dengan langsung meninjau dan melihat kondisi real yang ada di lapangan terkait produk. Melakukan diskusi aktif untuk mendapatkan informasi sebanyaknya apa yang menjadi tumpuan perbaikan. Melakukan wawancara, observasi dan studi lapangan untuk pengumpuland ata dan analisis kebutuhan. Pelasanaan ini telah dilakukan pada beberapa waktu yang lalu. Kegiatan wawancara dilakukan pada 27 Juni 2023.



Gambar 3. Wawancara dengan pemilik usaha Dendeng Organik

Tahapan perbaikan Kualitas Kemasan

Pelaksanaan kegiatan pada tahapan ini adalah mengidentifikasi dan mencari solusi terhadap kendala dan perubahan yang di butuhkan untuk perbaikan. Eksplorasi Design diperlukan Pada tahap ini untuk mendapatkan perbandingan antara produk kemasan lama dengan pembuatan peta program (mapping program) perbaikan kemasan, target market, mengumpulkan materi yang relevan dengan tujuan desain kemasan, mengetahui fungsi kemasan, dan kebermanfaatn desain untuk produk tersebut.



Gambar 4. Kemasan awal kerupukikan gabusYuk Angkut

Publikasi kegiatan pendampingan dan perbaikan telah dilakukan Dosen polbeng Prodi AKP Pengabdian Masyarakat dengan tema “Revitalisasi. Pada media publikasi ini, <https://www.inforiaunews.com/2023/07/melalui-kegiatan-pendampingan-dosen.html?m=1>



Gambar 5. Publikasi kegiatan revitalisasi dengan pemilik usaha Dendeng Organik

Setelah melakukan kunjungan ke tempat usaha, maka Langkah berikutnya menganalisis deskripsi dari tujuan kegiatan. Berdasarkan hasil eksplorasi kemasan yang telah digunakan maka terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki seperti terlihat pada

Tabel 5.1 Deskripsi desain kemasan awal

No.	Komponen	Deskripsi
1	perbaikan kemasan	Untuk Citra dan branding yang lebih baik Dengan kemasan yang menarik dan profesional, bank dapat mencerminkan kredibilitas, kehandalan, dan keunggulan dalam layanan mereka. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan
2	target market	Fokus menentukan segmentasi pasar mana yang mau di tuju dalam penentuan target penjualan dan target pencapaian pendapatan yang akan ditargetkan
3	Informasi materi yang relevan	Terget posisi pasar yang dituju, target ini adalah pasar moderent dan internasional, maka kemasan harus eksklusif.
4	mengetahui fungsi kemasan,	Fungsi kemasan selain menjaga kualitas produk, daya tahan, penjagaan mutu produk dalam waktu lama, fungsi kemasan juga sebagai daya Tarik dan infrmasi terkait produk.
5	kebermanfaatan desain	Manfaat desain kemasan dituju sebagai informasi pemenuhan kebutuhan konsumen akan info produk, kualitas produk, manfaat, rasa dan info lainnya yang dibutuhkan sebagai syarat kualitas produk

Tahapan finalisasi Kemasan

Desain Akhir Untuk mendukung produk kemasan dendeng original ini dirancang sesuai dengan topografi permintaan pemilik usaha, memuat tentang merk, identitas penjual dan tempat produksi. Menyampaikan informasi terkait produk dan kulitias produk. Elemen logo perancangan identitas dituntut untuk moden dan terlihat dinamis dan terkesan modis. font jenis sans serif dapat mewakili kesan tersebut karena terlihat lebih minimalis, mudah dibaca. Teks kuat yang, warna-warna cerah, dan desain sederhana Logo mampu mempresentasikan produk secara eksklusif, warna dapat menciptakan sebuah emosi, memicu ingatan serta dapat memberi sensasi.



Gambar 5. Desain kemasan depan dendeng organik

4. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil pengabdian mengenai Revitalisasi Kemasan Produk dalam Peningkatan Daya Tarik, Penjualan, dan Pendapatan UMKM Binaan PT Pertamina Hulu Rokan di Mandau dapat disimpulkan Produk dendeng organik

merupakan bagian dari Kegiatan pendampingan dan pembinaan pada UMKM binaan PT Pertamina Hulu Rokan (PHR) berupa Revitalisasi Kemasan Produk dalam Peningkatan Daya Tarik, Penjualan, dan Pendapatan. Kegiatan dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif dimana pelaksanaan pendekatan dengan memperbaiki mutu produk, peningkatan brand dan kualitas produk melalui kemasan. Upaya ini dilakukan sebagai indikator peningkatan penjualan dan pendapatan UMKM.

Luaran kegiatan (Output) adalah terselenggaranya kegiatan pendampingan tentang standarisasi desain kemasan produk UMKM Dendeng Organik Rezki Bunda sehingga mampu menembus pasar retail, grosir, dan ekspor. Dampak (outcome) kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan UMKM terkait standarisasi desain kemasan produk dan bertambahnya pangsa pasar, mendapatkan apresiasi Masyarakat.

5. Daftar Pustaka

Peraturan

Undang-Undang No 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah
Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 06 Tahun 2014 Tentang Desa. Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 4 Tahun 2015 Tentang Pendirian, Pengurusan, Pengelolaan, dan pembubaran Badan Usaha

Jurnal

Ahmed, R. R., Parmar, V., Steinberg, A. M., Raheem, A. R., Vishnu, P., & Ahmed, A. M. 2014. IMPACT OF PRODUCT PACKAGING ON CONSUMER'S BUYING BEHAVIOR. *European Journal of Scientific Research*, 122(2), 125–134. <https://doi.org/10.13140/2.1.2343.4885>

Mufreni, Alfin NF. 2016. Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan, dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol. 2, No. 2, pp. 48-54.

Putra, Valentinus Kustiono. 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Desain, dan Kemasan Terhadap Minat Beli Calon Konsumen Remile. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, Vol. 5, No. 4, pp. 350-359.

Willy, dan Siti Nurjanah. 2019. Pengaruh Kemasan Produk dan Rasa Terhadap Minat Beli yang Berdampak pada Keputusan Pembelian Pelanggan Minuman Energi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9, No. 2, pp. 65-74.

Widyaningrum, Mariska Ayu., dan Anwar Musadad. 2021. Pengaruh Citra Merek dan Kemasan Terhadap Minat Beli Produk Garnier. *Jurnal Manajemen*, Vol. 13, No. 3, pp439 – 448.

Buku

P3M Polbeng, (2020), *Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bengkalis*, Politeknik Negeri Bengkalis

Sedarmayanti, (2013) *Manajemen Sumberdaya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil* Refika Aditama, PT. Bandung

Suwatno dan Priansa. (2011) *Manajemen SDM dalam Organisasi Publik dan Bisnis* Alfabeta, CV. Bandung.

Web-link

<https://www.kompas.com/> diakses 15 Maret 2023.

<https://www.ukmriau.com/> diakses 15 Maret 2023.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/02/jumlah-umkm-di-indonesia-sepanjang-2022-provinsi-mana-terbanyak#:~:text=Ini%20terlihat%20dari%20data%20yang,juta%20unit%20usaha%20pada%202022.> Diakses 10 Maret 2023 pukul 22.00