

# Pelatihan dan Pendampingan Pembuatan Kemasan Onde–onde Ketawa untuk Meningkatkan Daya Jual Produk pada UMKM Mugi Berkah

Akhmad Syakhroni<sup>1\*</sup>, Nuzulia Khoiriyah<sup>2</sup>, Novi Marlyana<sup>3</sup>, M Maknun<sup>4</sup>, Ahmad Afifuddin Mas'ud<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Sultan Agung, Jl. Kaligawe Raya Street Km.4 Semarang, Jawa Tengah. Telp/fax. (024)6583584, [syakhroni@unissula.ac.id](mailto:syakhroni@unissula.ac.id), [nuzulia@unissula.ac.id](mailto:nuzulia@unissula.ac.id), [novi@unissula.ac.id](mailto:novi@unissula.ac.id), [maknun@unissula.ac.id](mailto:maknun@unissula.ac.id), [ahmadafifuddin@std.unissula.ac.id](mailto:ahmadafifuddin@std.unissula.ac.id)

\*Korespondensi: [syakhroni@unissula.ac.id](mailto:syakhroni@unissula.ac.id)

Diterima: 1 Desember 2024 ; Review: 2 Desember 2024 ; Disetujui: 15 Desember 2024 ; Diterbitkan: 20 Desember 2024

## Abstract

*Competition in the world of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) is currently very tight, requiring business players to constantly innovate to survive, not only in terms of product quality but also in packaging. Product packaging in MSME competition is a significant challenge that must be faced by MSMEs in marketing their products. UMKM Mugi Berkah is a home industry that produces snacks called "Onde-onde Ketawa." The products from this home industry are marketed directly around the Penggaron-Semarang area and also through social media. The current packaging uses plain plastic, which cannot be resealed once opened. The existing packaging and label are perceived as less attractive in some parts, especially the back of the packaging, which still looks plain or empty, without product information such as product net weight, expiration date, and other important information about the product. MSMEs need to be equipped not only with an understanding of the importance of having competitive packaging in the market but also with skills in making packaging, so they can have their own more attractive packaging to market their products. Community service activities are carried out through: Education on the concept of packaging, Training in packaging design, Assistance in making packaging. These community service activities not only provide MSME owners with an understanding of the importance of competitive packaging but also produce three types of packaging in blue, purple, and yellow. Consumer survey results on the new packaging model indicate that the packaging is attractive, informative, safe to carry while traveling, and more durable.*

**Keywords:** Design, Packaging, MSME, Mugi Berkah, Onde-Onde Ketawa

## Abstrak

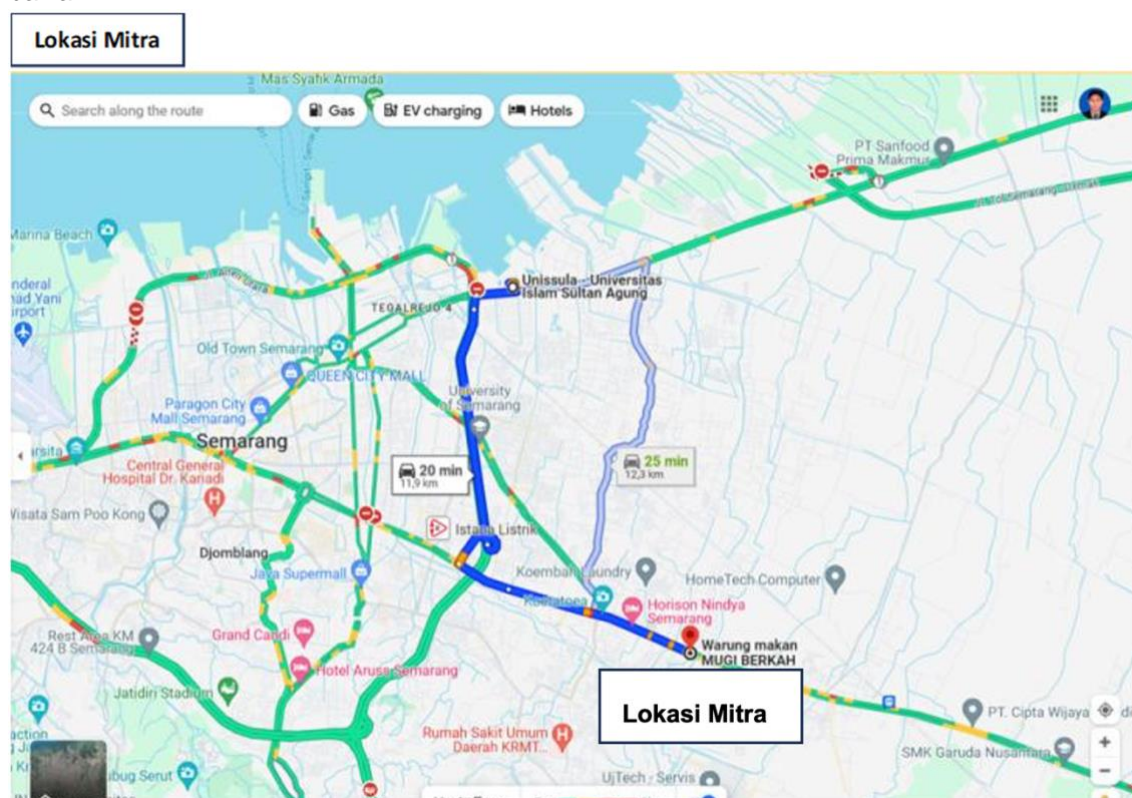
Kompetisi ketat dalam dunia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) sekarang ini menuntut para pelaku usaha untuk terus berinovasi untuk bisa bertahan, tidak hanya dari segi kualitas produk tetapi juga dalam hal kemasan. Kemasan produk dalam persaingan UMKM menjadi tantangan besar dan harus dihadapi oleh UMKM dalam memasarkan produk. UMKM Mugi Berkah merupakan home industry yang memproduksi di bidang makanan ringan yaitu onde-onde yang diberi nama Onde – onde ketawa. Hasil produk dari home industry ini dipasarkan secara langsung di sekitar kawasan Penggaron -Semarang dan juga melalui media sosial.

Kemasan yang ada pada saat ini menggunakan plastik polos, kemasan juga tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka. Kemasan dan label yang dimiliki saat ini dirasa kurang menarik di beberapa bagian, salah satunya bagian belakang kemasan masih terlihat polos atau kosong, tidak adanya informasi produk seperti netto produk, expiration produk dan informasi penting lainnya tentang produk tersebut. UMKM selain perlu dibekali dengan pemahaman akan pentingnya memiliki kemasan yang berdaya saing di pasaran, juga perlu dibekali ketrampilan dalam pembuatan kemasan, agar mampu memiliki kemasan sendiri yang lebih menarik untuk memasarkan produknya. Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan melalui : edukasi mengenai konsep kemasan, pelatihan desain kemasan, pendampingan pembuatan kemasan. Kegiatan abdimas selain memberikan pemahaman pada pemilik UMKM akan pentingnya kemasan yang berdaya saing, juga menghasilkan 3 bentuk kemasan, dengan warna biru, ungu dan kuning. Hasil survei konsumen akan pendapat terkait model kemasan yang baru menyatakan bahwa kemasan menarik, informatif, aman saat dibawa bepergian dan lebih tahan lama.

**Kata kunci:** Design, Kemasan, UMKM, Mugu Berkah, Onde-Onde

## 1. PENDAHULUAN

Usaha produk Mugu Berkah berada di Semarang tepatnya di Jl. Brigjen Sudiarto no 78, Penggaron Kidul, Kecamatan Pedurungan, Semarang seperti yang terlihat pada Gambar 1 di bawah ini.



**Gambar 1.** Lokasi UMKM Mugu Berkah mitra Pengabdian Masyarakat

Mugu Berkah merupakan *home industry* yang memproduksi makanan ringan yang berupa onde-onde ketawa. Produk ini utamanya dipasarkan di Penggaron dan sekitarnya serta melalui media sosial. Jumlah produksi onde-onde ini kurang lebihnya 200 pcs (kemasan) dalam satu bulan itu termasuk penyeteroran pada tiap toko. Untuk produk onde-onde ketawa dijual satuan dengan harga Rp.12.000 per kemasan, Keuntungan dalam penjualan produk selama ini stabil, tidak ada kenaikan dengan rata-rata per produk 2 juta selama satu bulan.

Dalam suatu penjualan produk pastinya tidak akan lepas dengan persaingan yang ada di pasar, dari pesaing khususnya produk onde-onde ketawa. Adapun di pasaran telah terdapat produk pesaing yang sama di pasaran namun dengan harga yang relatif lebih mahal dan kemasan yang sudah modern.

Kemasan produk menjadi salah satu unsur yang menentukan daya saing produk di pasaran (Prasetyo, (2022)). Kemasan produk pangan tidak hanya dalam konteks membungkus saja, tapi keseluruhan konsep yang ditawarkan terkait membungkus suatu produk baik dari aspek identitas produk, ketaatan pada ketentuan kemasan pangan yang higienis, memperpanjang umur produk (Akilie, 2024) juga sebagai sarana meningkatkan pemasaran (Pulungan et al., 2019; Joenattan et al., 2020; Suzianti & Aldianto, 2020; Syahputra et al., 2020; Avianto et al., 2022; Ginting & Hartati, 2023). Kemasan yang digunakan untuk membungkus onde-onde ketawa saat ini berupa wadah plastik pada umumnya dan hanya dengan penambahan label saja berupa stiker yang ditempel, dan dirasa kurang menarik di beberapa bagian, salah satunya bagian belakang kemasan yang terlihat masih polos atau kosong, tidak adanya informasi produk seperti netto produk, expiration produk dan informasi penting lainnya tentang produk tersebut. Kemasan yang ada saat ini juga tidak bisa ditutup kembali sehingga isi dari dalam kemasan tidak bisa bertahan lama setelah dibuka.

Permasalahan yang ada di UMKM Mugi Berkah saat ini: kemasan produk onde-onde ketawa terlihat kurang menarik dan perlu adanya pengembangan dari kemasan tersebut agar dapat bersaing di pasar modern atau swalayan dan pusat oleh-oleh dan sosial media. Selain itu pada kemasan juga belum ada terlampir elemen kemasan yang juga sangat membantu konsumen untuk mengetahui informasi pada produk yang akan dibeli tersebut seperti logo halal, dan informasi produk yang dianggap dapat mempengaruhi dan menarik minat konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan pelatihan terkait pembuatan desain kemasan agar nampak terlihat menarik, karena kemasan yang menarik dapat meningkatkan daya jual produk .

## **2. ANALISIS SITUASI**

Permasalahan yang ada saat ini adalah kemasan yang ada pada saat ini menggunakan plastik polos, kemasan juga tidak bisa ditutup kembali setelah dibuka. Kemasan dan label yang dimiliki saat ini dirasa kurang menarik di beberapa bagian, salah satunya bagian belakang kemasan masih terlihat polos atau kosong, tidak adanya informasi produk seperti netto produk, expiration produk dan informasi penting lainnya tentang produk tersebut. Sehingga mitra memiliki keinginan untuk meningkatkan daya saing penjualan produknya. Namun mitra terkendala dengan minimnya pengetahuan terkait dengan konsep desain kemasan dan pembuatan kemasan yang menarik dan layak di pasarkan pada pangsa yang lebih luas.

## **3. METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan kegiatan UMKM Mugi Berkah dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing penjualan produk, kegiatan awal didahului dengan survei pendahuluan pada UMKM untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi UMKM terkait dengan permasalahan kemasan produk. Selanjutnya didapatkan rancangan kegiatan yang meliputi tahap : pelaksanaan edukasi mengenai konsep kemasan, pelaksanaan pelatihan desain kemasan dan pendampingan pembuatan kemasan, Monitoring dan evaluasi

### **a. Pelaksanaan edukasi mengenai konsep kemasan**

Kegiatan ini dimaksudkan agar pemilik UMKM mengetahui apa yang dimaksud dengan konsep kemasan.

### **b. Pelaksanaan pelatihan desain dan Pendampingan pembuatan kemasan**

Pelaksanaan pelatihan desain dalam pembuatan kemasan, narasumber bersama tim memberikan pelatihan design menggunakan aplikasi *Canva* dan *Corell Draw*

### **c. Monitoring dan Evaluasi**

Kegiatan ini untuk memastikan perkembangan program atau kegiatan yang dilaksanakan dalam pengabdian masyarakat mencapai tujuan yang telah ditetapkan

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan pengabdian masyarakat mencakup evaluasi mengenai keberhasilan program atau kegiatan yang telah dilakukan, serta dampaknya terhadap UMKM Mugi Berkah. Berikut adalah beberapa aspek kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan meliputi:

##### 4.1 Persiapan kegiatan

###### Observasi dan Survei:

Melakukan observasi langsung dan survei untuk menganalisa permasalahan dan kebutuhan yang dihadapi oleh UMKM Mugi Berkah.

###### Diskusi dengan Pemilik UMKM Mugi Berkah:

Melakukan diskusi dengan Bapak Joko selaku pemilik UMKM Mugi Berkah untuk menyusun rencana program jangka pendek dan panjang dari program pengabdian masyarakat.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2024)

**Gambar 2.** Survey ke Tempat Mitra

##### 4.2 Pelaksanaan edukasi mengenai konsep kemasan

UMKM Mugo Berkah selaku Mitra Pengabdian Masyarakat diberikan edukasi tentang pentingnya aspek kemasan untuk menarik konsumen, elemen penting apa saja yang harus diperhatikan agar kemasan itu efektif, menarik dan fungsional, serta bagaimana mengikat pembeli melalui daya tarik kemasan. Kegiatan dilakukan pada tanggal 13 September 2024. Sebagai Narasumber untuk pelaksanaan kegiatan edukasi ini adalah Dr. Ir. Novi Marlyana, ST, MT, IPU, ASEAN Eng, dan Nuzulia Khoiriyah ST, MT.

##### 4.3 Pelatihan desain *packaging*

Pelaksanaan kegiatan pelatihan desain kemasan yaitu pada tanggal 23 September 2024. Dalam kegiatan ini Bapak Akhmad Syakhroni, ST, M.Eng sebagai narasumber praktisi dan akademisi yang berpengalaman di bidang ini. Mitra Pengabdian masyarakat diberi pelatihan tentang beberapa aplikasi yang mudah dan familier yang digunakan untuk mendesain sebuah kemasan baik menggunakan aplikasi *Canva* maupun *Corell Draw*.

Dengan adanya pelatihan ini diharapkan mitra dapat mendesain *packaging* yang lebih inovatif sehingga dapat meningkatkan daya tarik produk, membangun brand awareness, meningkatkan persepsi nilai produk, meningkatkan penjualan dan omset serta meningkatkan kepuasan konsumen.

Kemasan yang digunakan untuk membungkus onde-onde ketawa saat ini berupa wadah plastik pada umumnya dan hanya dengan penambahan label saja berupa stiker yang ditempel, dan dirasa kurang menarik di beberapa bagian, salah satunya bagian belakang kemasan yang terlihat masih polos atau kosong, tidak adanya informasi produk seperti *netto* produk, *expiration* produk dan informasi penting lainnya tentang produk tersebut. Kemasan yang ada saat ini juga tidak bisa ditutup kembali sehingga isi dari dalam kemasan tidak bisa bertahan lama setelah dibuka sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk membeli produk onde-onde ketawa.



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2024)

**Gambar 3.** Kemasan Lama Produk Onde Onde Ketawa



Sumber : Hasil Pelaksanaan (2024)

#### Gambar 4. Kemasan baru Produk Onde Onde Ketawa

#### 4.4 Monitoring dan evaluasi

Kegiatan ini untuk memastikan perkembangan seluruh program atau kegiatan yang telah terlaksana dalam pengabdian masyarakat, sesuai tujuan yang ditetapkan sejak awal seperti halnya mitra mampu design *packaging* yang ditunjukkan pada Gambar 3 di atas

### 5. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Adanya pelatihan ini mitra dapat mendesain kemasan baru yang memiliki daya tarik produk dan brand awareness tersendiri. Rekomendasi kemasan menghasilkan 3 bentuk kemasan, dengan warna biru, ungu dan kuning. Pendampingan kepada mitra perlu dilanjutkan agar mitra mampu mendesain sendiri kemasan yang bagus dan menarik. Dengan pendekatan yang lebih intensif dan kolaboratif ini, diharapkan dengan Penyuluhan Intensif dengan Teknologi Tepat Guna, Kerjasama dengan Lebih Banyak Mitra, dan Manajemen Usaha yang Baik bisa dapat tercipta dampak yang lebih signifikan dan luas bagi masyarakat. Sehingga strategis untuk pengembangan usaha mitra serta memperluas dampak positif untuk masyarakat.

#### Ucapan Terima Kasih

Kami segenap tim pelaksana pengabdian masyarakat, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada LPPM UNISSULA atas dukungan, bimbingan, dan fasilitas yang telah diberikan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang kami laksanakan. Kami sangat menghargai segala bentuk bantuan yang telah diberikan, mulai dari penyediaan sumber daya, pendanaan, hingga pendampingan teknis yang sangat membantu dalam pelaksanaan program

#### Daftar Pustaka

- Akilie, M. S. (2024). The Tren Of Edible Film As Food Packaging For The Present And Future. *Jurnal Agricultural Review*, 3(1), 49–60.
- Avianto, A. R., Lukitasari, E. H., & Yulianto, A. (2022). Desain Kemasan “Nyamil” Klaten. *Kemedha*, 11(2), 176–194.
- Ginting, C., & Hartati, F. A. (2023). Analisis Minat Beli Konsumen Berdasarkan Kemasan Produk Makanan dan Minuman. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 28195–28203.
- Joenattan, C., Yuwono, E., & Yusuf, V. (2020). Perancangan Redesain Kemasan Mozha Handmade Face & Body Soap. *Jurnal DKV Adiwarna*(Vol 1, No 16 (2020): Creativity in New Era), 12.
- Prasetyo, J., Debora, F., Pupung, M., & Widodo, A. (2022). Perbaikan Desain Kemasan Makanan Ringan Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Optimalisasi*, 8(1), 96. <https://doi.org/10.35308/jopt.v8i1.533>
- Pulungan, M., Hastari, L., & Dewi, I. (2019). Perbaikan Desain Kemasan Produk Biskuit Brownies Menggunakan Metode Quality Function Deployment (QFD). *Jurnal Teknotan*, 39-45.
- Suzianti, A., & Aldianto, A. (2020). Redesign of Product Packaging with Kansei Engineering: Empirical Study on Small-medium Enterprises in Indonesia. *Makara Journal of Technology*, 65-68.
- Syahputra, A. W., N. M., & Tiyas. (2020). Perancangan Ulang Desain Kemasan Pasta Gigi Enzim Anak - Anak Sumber : Dampu Design. *Journal Printing and Packaging Technology*, 23-33.
- Apriyanti, M. (2018). Pentingnya Kemasan terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20.