

Pelatihan Pembuatan *Packaging* dalam Upaya Peningkatan Produk

¹Bebi Asdilvira*
Politeknik LP3I Medan
Medan, Indonesia

asdilvirabebi489@email.com

Abstrak, Manusia memiliki sifat ingin tahu, ingin mengeksplor lebih banyak hal. Seperti ingin berwirausaha dan menciptakan sesuatu yang baru. Terkhusus anak muda, mereka seperti di tantang untuk terus berkarya. Hal ini dilihat dari banyaknya anak muda yang tidak lagi memikirkan gengsi untuk berjualan. Berjualan tidak hanya tentang laba/rugi, kita diharuskan bijak dalam membuat menu yang menarik. Tidak hanya menu, kita juga harus kreatif dalam menentukan *packaging* yang menarik. *Packaging* yang bagus akan menarik pelanggan .karna sebelum membeli, pelanggan pasti melihat dari wadahnya atau *packaging*nya, menarik atau tidak. Melalui artikel ini, kami menuangkan ide kami. Dengan pembuatan *packaging* yang apik. Tidak melulu bagus, kami membuat *packaging* dengan memikirkan alam. Karna kami membuat *packaging* yang ramah lingkungan, yakni berbahan dasar karton yang dijamin aman.

Kata kunci, *packaging*, wirausaha, eksplorasi

1.PENDAHULUAN

Salah satu aspek yang tidak bisa diabaikan dalam dunia usaha, terutama industri atau penjual produk pangan adalah kemasan (*packaging*). Bahkan dalam kondisi persaingan usaha yang sangat kompetitif, selain harga dan kualitas produk, kemasan merupakan faktor penting dalam memenangkan dalam persaingan usaha. Sehingga fungsi kemasan tidak lagi sebagai melindungi produk dari kerusakan saat menjalani proses transportasi, penyimpanan, dan penjualan produk sebagaimana dinyatakan oleh Gonzalez, et al., (2007), serta tidak hanya memberikan keunikan produk dan sebagai pembeda dari produk lain yang memudahkan konsumen memilih suatu produk dibandingkan dengan produk yang lain (Underwood et al, 2001, dan Wells et. al., 2007) Tetapi kemasan juga sebagai alat yang dapat mendorong meningkatkan penjualan. Hal ini menurut Wiryana (1999) dan Rundh (2005) dikarenakan kemasan langsung berhadapan dengan konsumen, sehingga kemasan dapat memengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif. Menurut Danger (1987) dalam Resmi dan Wisniarsih (2015), Konsumen lebih memilih produk yang memiliki kemasan dengan material yang berkualitas baik dan ringan. Ukuran kemasan yang sesuai kebutuhan serta bentuk kemasan yang mudah digenggam juga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

2.TINJAUAN TEORITIS

Wahyuni (2017) menyatakan bahwa produsen yang tidak merubah desain kemasan dalam waktu yang cukup lama sedikit banyak berpengaruh terhadap minat konsumen yang pada akhirnya berdampak negatif pada aksi pembelian. Sejalan ini daya tarik kemasan memiliki pengaruh yang cukup penting terhadap minat konsumen pada produk. Menurut Christy dan Ellyawati (tanpa tahun), desain kemasan (*packaging*) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif pada impulsive buying Resmi dan Wisniarsih (2015) juga

telah mengkonfirmasi dalam penelitiannya bahwa keputusan pembelian produk minuman, diperoleh bahwa kemasan produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Meskipun harga lebih besar berpengaruhnya pada keputusan pembelian, dibandingkan kemasan.

3.METODE PELAKSANAAN

Kegiatan ini diberikan dengan metode ceramah dan workshop, yakni penjelasan tentang pentingnya membuat kemasan yang menarik serta langsung mempraktekkan untuk membuatnya. Keberlanjutan Program

Untuk keberlanjutan Program,

- a. Tim PKM akan melakukan monitoring dan evaluasi Program
- b. Evaluasi kemampuan dan minat Mitra untuk membuat kemasan yang menarik

Untuk menyelesaikan permasalahan ini, Tim PKM akan merumuskan gambaran IPTEK yang akan dikembangkan. Gambaran IPTEK tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Tahap Persiapan
 - 1) Tim PKM akan menyiapkan beberapa hal berupa proyektor, modul ajar dan ATK untuk proses *Assesment Test*
 - 2) Tim PKM akan menyiapkan segala akomodasi selama pelaksanaan sosialisasi
- b. Tahap pelaksanaan
 - 1) Tim PKM akan melaksanakan praktek membuat kemasan yang menarik
 - 2) Tim PKM akan melakukan demonstrasi perlengkapan
 - 3) Tim PKM akan melakukan pelatihan kewirausahaan
- c. Tahap Penutup
Pada tahapan ini, Tim PKM akan menghibahkan ide kemasan yang menarik

4.HASIL DAN PEMBAHASAN

Peserta kegiatan ini adalah kami sendiri yang merupakan pelaku usaha pembuatan sate pisang keju yang ada di kota Medan. Materi yang diberikan terkait dengan pentingnya kemasan produk dan hubungannya dengan tingkat penjualan. Dalam pemberian materi juga peserta diberikan pengetahuan tentang kemasan, merek dan label. Pada tahap ini juga peserta dibekali tentang cara memberikan label stiker serta posisi label yang benar agar kemasan terlihat menarik. Gambar 1 adalah produk yang kami miliki sebelum pelatihan, dan gambar 2 adalah produk kami setelah pelatihan.



Gambar 1. Produk sebelum pelatihan



Gambar 2. Produk setelah pelatihan

5.KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Hasil kegiatan ini dapat disimpulkan bahwa, pelaksanaan kegiatan pengabdian telah memberikan kepada para peserta tentang pengetahuan kemasan dan keterampilan membuat kemasan yang menarik. Implikasi kebijakan dari kegiatan ini adalah perlunya dilakukan perubahan terhadap kemasan pelaku usaha yang masih menggunakan kemasan “konvensional” untuk melakukan perubahan kemasan baik dari segi bahan maupun desain. Kegiatan ini dilakukan kepada pelaku usaha secara terbatas. Untuk itu diperlukan adanya kegiatan yang serupa yang melibatkan banyak pelaku usaha khususnya di kota Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Suryo Banindro, Baskoro (2021) *Pengantar Desain Kemasan*. Desain Kemasan . BP ISI Yogyakarta, Yogyakarta. ISBN 978-623-5884-04-2
- Resmi, N., dan Wismiarsi, T., 2015. Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.13 No.1 Maret 2015
- Wahyuni, C.,. 2017. Studi tentang pengaruh daya tarik desain kemasan terhadap minat konsumen (studi kasus coklat full cream produksi PT. Welco, Surabaya), <https://tinyurl.com/y9hw7wlh>(diakses November 2017)159