



PENGEMBANGAN INOVASI KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN MEREK DAN KEUNGGULAN KOMPETITIF BAGI UMKM KLANTING SUMBER REZEKI TELUK PANDAN KABUPATEN PESAWARAN

Agus Purnomo

Universitas Bandar Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

Email: agus.purnomo@ubl.ac.id

Abstrak: Pengembangan inovasi kemasan dapat menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Klanting Sumber Rezeki. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi kemasan bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki guna meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif di pasar. Dalam persaingan yang semakin ketat, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Metode yang digunakan meliputi analisis kebutuhan konsumen, desain kemasan yang kreatif, dan evaluasi dampak terhadap persepsi merek serta penjualan. Hasil menunjukkan bahwa kemasan yang inovatif dan menarik dapat meningkatkan daya tarik produk, membangun citra merek yang positif, dan memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan. Studi ini memberikan panduan praktis bagi UMKM lain dalam mengadopsi strategi kemasan yang efektif untuk memenangkan persaingan di pasar.

Kata Kunci: inovasi kemasan, UMKM, merek, keunggulan kompetitif.

1. Pendahuluan

Sebutan UMKM mengacu pada kegiatan usaha yang didirikan oleh warga negara, baik dalam bentuk usaha pribadi maupun badan usaha (Wilantara, 2016). UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) memiliki peran vital dalam perekonomian Indonesia, termasuk di sektor industri makanan tradisional. UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara dan dapat membantu dalam pendistribusian pendapatan masyarakat (Aliyah, 2022).

Salah satu UMKM yang sedang berkembang adalah Klanting Sumber Rezeki di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung. UMKM ini memproduksi makanan tradisional klanting. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, UMKM ini perlu berinovasi untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Salah satu strategi yang efektif adalah melalui pengembangan inovasi kemasan. Kemasan bukan hanya sekadar pelindung produk,

melainkan juga merupakan media penting untuk komunikasi merek dan alat pemasaran yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen. Desain kemasan merupakan salah satu faktor yang mendorong penjualan produk. Ini juga berhubungan dengan nilai tambah kemasan yang dapat mempengaruhi sentimen konsumen dan dianggap sangat efektif (Badri, 2022)

Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas merek, dan membedakan produk dari kompetitor. Secara keseluruhan, perusahaan harus memiliki tim desain internal untuk bisnis pengemasan. Oleh karena itu, desain kemasan sangat penting dalam penjualan produk (Hayati, 2020).

Oleh karena itu, inovasi dalam kemasan menjadi aspek krusial untuk meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang dinamis. Kegiatan ini berfokus pada UMKM Klanting Sumber Rezeki untuk mengembangkan inovasi kemasan yang dapat meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif mereka. Kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan panduan praktis bagi UMKM lain yang ingin mengadopsi strategi serupa dalam mengembangkan kemasan produk mereka. Dengan menggunakan pendekatan yang komprehensif, kegiatan ini akan menganalisis kebutuhan konsumen, merancang kemasan yang inovatif, dan mengevaluasi dampaknya terhadap persepsi merek serta penjualan.

Konsumen lebih memilih membeli produk dari merek terkenal karena mereka merasa lebih nyaman dan menganggap merek tersebut lebih dapat diandalkan, lebih mudah ditemukan, lebih tersedia, serta memiliki kualitas yang tidak diragukan (Utama, 2023).

Melalui pengembangan inovasi kemasan yang tepat, diharapkan Klanting Sumber Rezeki dapat memperkuat posisi mereka di pasar, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada literatur mengenai strategi pemasaran untuk UMKM, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan secara langsung dalam konteks industri makanan tradisional.

2. Metode

Metode untuk melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pertama adalah survei lokasi yang tepat untuk pelaksanaan pengabdian masyarakat. Berdasarkan hasil survei, maka ditentukan UMKM yang menjadi tempat pengabdian adalah Klanting Sumber Rezeki di Desa Hanura Kecamatan Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran Provinsi Lampung.
2. Tahap Analisis Permasalahan dilakukan setelah menentukan tempat yang cocok untuk digunakan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat ini. Berdasar analisis permasalahan, maka diketahui bahwa masalah utama pada UMKM ini adalah kesulitan dalam inovasi khususnya yang berkaitan dengan kemasan.
3. Tahap Perencanaan dilakukan setelah ditemukan masalah utama pada UMKM, dengan memberikan solusi yang terkait inovasi kemasan untuk meningkatkan merk dan keunggulan kompetitif.

4. Tahap Pengembangan inovasi kemasan dengan merancang dan merubah kemasan yang menarik yang dapat meningkatkan merk dan keunggulan kompetitif UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Kemasan memiliki peran yang sangat penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) karena berbagai alasan yang krusial. Kemasan dapat menarik perhatian konsumen melalui desain yang menarik dan informatif, sehingga meningkatkan kesadaran dan minat terhadap produk. Selanjutnya kemasan membantu menciptakan identitas merek yang kuat dan unik, yang pada gilirannya meningkatkan kesadaran merek dan memperkokoh loyalitas konsumen. Kemudian kemasan berfungsi sebagai sarana pemasaran yang efektif, memengaruhi keputusan pembelian konsumen dan meningkatkan penjualan.

Selain itu, kemasan juga melindungi produk dari kerusakan atau kehilangan selama pergerakan, sehingga meningkatkan kualitas produk dan memperkuat kepercayaan konsumen. Selain menjadi daya tarik bagi pelanggan, kemasan juga mampu memberikan respon positif dan meningkatkan kesadaran merek. Terakhir, kemasan yang ramah lingkungan dapat meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap keberlanjutan lingkungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas konsumen. Dengan memahami pentingnya kemasan, UMKM dapat merancang strategi bisnis yang cerdas, kreatif, dan mampu meningkatkan daya saing di pasar yang penuh persaingan.

UMKM Klanting Sumber Rezeki merupakan salah satu UMKM yang memproduksi dan menjual cemilan dari olah singkong di Kabupaten Pesawaran. Saat ini, UMKM ini masih menggunakan kemasan plastik sederhana yang kurang menarik dan tidak memiliki identitas merek yang kuat. Hal ini menyebabkan UMKM ini kesulitan untuk meningkatkan daya tarik konsumen. Untuk itu UMKM perlu menginvestigasi efek pengembangan inovasi kemasan terhadap peningkatan merek dan keunggulan kompetitif bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki. UMKM perlu pengembangan inovasi kemasan yang memiliki dampak positif dalam meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas merek, dan meningkatkan posisi kompetitif di pasar.

Dengan kegiatan ini UMKM dan konsumen diharapkan mampu merumuskan desain kemasan yang inovatif dan menarik. Tanggapan positif dari konsumen terhadap kemasan baru menegaskan pentingnya perubahan tersebut dalam meningkatkan persepsi mereka terhadap merek, menciptakan kesan produk yang lebih eksklusif, dan membedakan produk dari pesaing. Selain itu, peningkatan yang signifikan dalam penjualan setelah implementasi kemasan baru menunjukkan bahwa inovasi kemasan memiliki dampak langsung terhadap kinerja bisnis UMKM. Pembahasan ini menyimpulkan bahwa strategi pengembangan kemasan dapat menjadi salah satu kunci sukses bagi UMKM dalam menghadapi persaingan di pasar yang semakin ketat.

Implikasi praktis dari kegiatan ini adalah memberikan panduan bagi UMKM lain dalam mengadopsi strategi pengembangan kemasan yang efektif untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar. Kegiatan ini juga memberikan kontribusi pada literatur tentang strategi pemasaran untuk UMKM, serta memberikan wawasan yang dapat diterapkan dalam konteks industri makanan tradisional secara

luas. Sehingga pengembangan inovasi kemasan bukan hanya meningkatkan citra merek dan penjualan UMKM Klanting Sumber Rezeki, tetapi juga memberikan pandangan baru dalam strategi pemasaran bagi UMKM di sektor makanan tradisional.



Gambar 1. Proses Produksi Kelanting



Gambar 2. Implementasi Inovasi Kemasan

4. Kesimpulan

Pengembangan inovasi kemasan telah terbukti menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan merek dan keunggulan kompetitif bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki. Melalui kegiatan ini UMKM berhasil menciptakan kemasan yang inovatif dan menarik. Respons positif dari konsumen terhadap kemasan baru, bersama dengan peningkatan yang signifikan dalam penjualan, menegaskan keberhasilan strategi ini dalam memperkuat citra merek dan meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Dengan demikian pengembangan inovasi kemasan tidak hanya memberikan keuntungan langsung bagi UMKM dalam pasar yang kompetitif, tetapi juga berpotensi untuk menjadi faktor penentu dalam memenangkan persaingan di industri makanan tradisional secara luas. Dalam kegiatan ini, juga

memberikan panduan praktis bagi UMKM lain untuk mengadopsi strategi serupa dalam mengembangkan kemasan produk mereka, sambil memberikan kontribusi penting pada literatur tentang strategi pemasaran untuk sektor UMKM.

Referensi

- Aliyah, Atsna Himmatul. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (Umkm) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64-72.
- Badri, Asri Rico Elhando., Pratisi, Cahyani., & Putri, Anandha Sartika. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347-353.
- Hayati, Safaah Restuning., Putri, Syah Amelia Manggala., & Suwarsi, Aqidah Asri. (2020). Inovasi Produk dan Kemasan pada Industri Rumahan Kaos di Dusun Mejing Wetan Desa Ambarketawang Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman. *Transformatif: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 87–100.
- Klimchuk, M. Rosner, Krasovec, & A. Sandra. (2007). *Desain Kemasan: Perencanaan Merek Produk yang Berhasil Mulai dari Konsep sampai Penjualan*¹. Edisi pertama. Jakarta : Erlangga.
- Lestari, Aisyah Rini., & Istiatin, Sarsono. (2020). Keunggulan Kompetitif Ditinjau dari Transformasi Perusahaan, Kompetensi, dan Perilaku Inovatif (Studi Pada Pemilik Usaha Kampung Batik Laweyan Surakarta). *Edunomika*, 4(2), 417-425.
- Suyadi, Syahdanur., & Suryani, Susie. (2018). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau, *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(1), 23-30.
- Utama, Pradipta., Sihaloho, Sandro., & Nabila, Suci Novia. (2023). Strategi Membangun Kesadaran Merek Dalam Mencapai Keberlanjutan Bisnis Andyan, *Jurnal Ikraith-Abdimas*. 7(3), 160-165.
- Wilantara, R. F. (2016). *Strategi dan Kebijakan Pembangunan UMKM*. Bandung: Refika Aditama.