

BIMBINGAN DAN PELATIHAN DESAIN LABEL KEMASAN PADA UKM KERUPUK DI DESA AMPELDENTO KARANGPLOSO

Oleh:

Rena Feri Wijayanti, Lina Budiarti, Erlangga Andi S, Joni Dwi P, Shinta M Trivena
Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

Abstract

Small businesses such as home industries have to face various obstacles to expand their product markets. One of the obstacles is the products offered are not well known to the public because there is no brand label attached to the product packaging. Seeing the importance of brand labels on a product, it is important to be able to participate in small businesses to provide additional knowledge of the function and use of brand labels in product marketing. This community service aims to provide direction about the benefits of labels to introduce products to a wider market.

Keywords: Label, brand, small business, business strategy

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Usaha Kecil Menengah menjadi salah satu pelaku perekonomian Indonesia yang mampu bertahan ditengah persaingan global saat ini. Salah satu bentuk Usaha Kecil Menengah tersebut adalah industri rumah tangga yang mengandalkan modal sendiri sebagai modal utama, dikelola secara mandiri meskipun belum memiliki jumlah tenaga kerja yang banyak atau bahkan hanya mengandalkan hubungan kekerabatan dalam menjalankan usahanya. Hal tersebut menjadi salah satu kekuatan yang dimiliki oleh usaha kecil industri rumah tangga. Selain hal tersebut usaha kecil dapat lebih dekat dengan para konsumennya karena pasar yang dilayaninya relatif kecil sehingga pemilik usaha dapat lebih mengetahui siapa saja konsumen yang seringkali mengkonsumsi

atau membeli produk – produknya. Dengan adanya kedekatan hubungan antara usaha kecil dengan konsumennya maka dapat dimanfaatkan untuk menggali informasi lebih dalam tentang apa yang disukai atau diinginkan konsumen mereka terhadap produk yang ditawarkan. Menurut sahabatpegadaian.com Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merujuk pada usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan dengan kriteria aset sebesar Rp50 juta dan omzet di bawah Rp200 juta.

Usaha kecil memiliki kemampuan bertahan dalam persaingan yang ketat, namun seringkali usaha tersebut hanya dijalankan begitu saja tanpa ada rencana jangka panjang dan strategi khusus yang diterapkan. Hal tersebut dapat dipahami karena usaha kecil

masih memiliki keterbatasan sumber daya dalam mengelola usahanya baik secara finansial maupun sumber daya manusia. Prinsip asal laku terjual di pasar yang seringkali diandalkan bukan sesuatu yang salah namun dapat dikembangkan lebih jauh lagi dengan melakukan penambahan hal – hal sederhana sehingga produk dapat dikenal lebih luas di masyarakat. Salah satu hal yang belum menjadi perhatian penting pada pelaku usaha kecil terutama pada home industry adalah pemberian label merek pada kemasan produk yang dipasarkan. Sebuah merek pada produk sama halnya nama pada diri seseorang yaitu menjadi pengenalan sehingga dapat dikatakan memiliki peran yang krusial. Menurut Kotler dan Armstrong (2008) merek adalah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari semua ini yang memperlihatkan identitas produk atau jasa dari satu penjual atau sekelompok penjual dan membedakan produk itu dari produk pesaing. Hal tersebut tentu semakin penting untuk mengenalkan nama merek produk di pasaran mengingat begitu banyak produk yang bersaing di pasar yang sama dan tidak menutup kemungkinan memiliki bentuk fisik dan tampilan awal yang serupa. Dengan adanya label merek yang jelas maka konsumen dapat dengan mudah mengenali produk dari nama merek yang tertera pada kemasan produk.

Kendala saat ini yang dihadapi salah satunya adalah produk yang dihasilkan oleh usaha kecil rumah tangga tidak memiliki label

merek pada kemasan atau memiliki label namun tidak dibuat cukup menarik sehingga tidak terlalu melekat di benak konsumen atau bahkan belum dikenal luas oleh konsumen. Beberapa pelaku usaha menempatkan merek produk yang telah mereka pilih namun belum dicantumkan pada kemasan sehingga tidak memiliki keunggulan untuk bersaing dipasaran. Seringkali pencantuman nama merek pada kemasan bukan menjadi perhatian penting untuk pelaku usaha karena belum memahami secara mendalam keuntungan dari pencantuman nama merek pada kemasan. Oleh karena itu penting untuk dapat berbagi informasi tentang penggunaan label merek pada kemasan untuk membantu meningkatkan daya saing produk di pasaran yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan omzet penjualan. Label merek juga membantu konsumen lebih cepat untuk mengenali produk melalui label merek yang ada pada kemasan produk. Label menurut Kaihatu (2014) merupakan bagian dari kemasan dan merupakan informasi yang melekat pada kemasan. Label dapat berupa bentuk, gambar, tulisan atau kombinasinya yang kemudian dimasukkan atau dilekatkan pada kemasan.

Label merek pada kemasan untuk sebuah produk dapat mencerminkan ciri khas produk tersebut. Pelaku usaha dapat memanfaatkan berbagai fasilitas untuk membantu membuat sebuah desain khusus untuk mendapatkan label merek yang sesuai dan tidak memiliki kesamaan dengan produk

lain. Pertimbangan pemberian label merek pada kemasan produk dapat pula disesuaikan dengan anggaran pengeluaran yang ada dan sesuai kemampuan pemilik usaha karena peran penting label merek adalah untuk mengenalkan produk dan juga membantu konsumen untuk mudah mengingat produk yang ditawarkan.

Usaha kecil dapat berkembang memasarkan produknya di pasaran yang lebih luas apabila didukung dengan produk yang dapat bersaing dengan produk lainnya. Label merek sederhana berfokus pada nama merek untuk produk, namun untuk produk yang telah memiliki pasaran luas label merek pada kemasan produk memiliki peran yang lebih penting karena berkaitan dengan keterangan yang memang seharusnya dicantumkan pada sebuah produk dan juga kertaikan dengan kesadaran merek. Selain untuk mengenalkan nama produk, label merek yang dicantumkan pada produk dapat pula memberikan keterangan tempat usaha yang memproduksinya. Hal tersebut juga dapat membantu memberikan informasi konsumen apabila membeli di tempat yang berbeda dengan tempat produk tersebut diproduksi.

Peran penting pemberian label merek pada kemasan produk diharapkan dapat dijelaskan secara bertahap dengan memberi informasi sederhana tentang manfaat mengenai label merek tersebut bagi usaha kecil. Politeknik Negeri Malang sebagai Lembaga Pendidikan tinggi yang berperan untuk memberikan wawasan dan

pengetahuan, salah satunya pada usaha kecil melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, berusaha untuk memberikan pencerahan tentang manfaat label merek untuk memperkuat identitas produk di tengah persaingan yang semakin ketat dan beragam pilihan produk di pasaran. Pelaku usaha dapat menempatkan pemberian label merek menjadi kebutuhan untuk membantu mengembangkan usahanya. Seringkali pelaku usaha merasa terbebani saat mencantumkan label merek karena harus membuat desain yang membutuhkan bantuan alat khusus dengan desain yang cukup rumit. Namun pada dasarnya desain yang dibuat secara sederhana cukup untuk karena kejelasan merek adalah hal lebih penting saat membuat sebuah desain tanpa harus membutuhkan berbagai software yang sulit untuk digunakan.

Guna mencapai adanya hubungan yang saling memberikan manfaat maka kerjasama antara Politeknik Negeri Malang dengan usaha kecil dalam rangka peningkatan kualitas sumber daya, salah satunya berupa kegiatan bimbingan dan pelatihan tentang pentingnya pemberian label merek pada produk. Melalui kegiatan pengarahannya diharapkan mampu memberikan inspirasi dan gambaran untuk pengembangan potensi khususnya yang berkaitan dengan pengembangan daya saing produk yang didukung adanya kecanggihan teknologi yang dapat dimanfaatkan sehingga mampu memberikan hasil maksimal.

Mengacu kepada analisa situasi diatas, maka perumusan masalahnya adalah: “Bagaimana cara memberikan Bimbingan dan pengarahan tentang pentingnya label merek pada kemasan produk dan cara mendesain label tersebut?”.

2.KAJIAN LITERATUR

Merek menjadi salah satu unsur penting keberhasilan pemasaran produk. Oleh karena itu merek memiliki peranan yang krusial sehingga membutuhkan perhatian khusus dalam mengelolanya agar memberikan manfaat maksimal dalam pemasaran produk. Merek adalah nama, istilah, logo tanda atau lambing atau kombinasi diantaranya yang memiliki maksud untuk mengidentifikasi produk dari penjual satu dengan yang lainnya, (Ambadar, dkk. 2007). Dapat dipahami bahwa merek menjadi identitas produk yang membedakan satu dengan yang lain. Melalui merek yang menarik maka konsumen dapat memiliki minat untuk dapat melihat dan kemudian mencoba sebuah produk. Lebih lanjut Ambadar, dkk (2007) menjelaskan mengenai fungsi merek yaitu:

1. Merek memberikan identifikasi terhadap suatu produk sehingga konsumen dapat mengenali merek produk satu dengan yang lainnya.
2. Merek dapat berfungsi untuk menarik pembeli. Merek dapat menjadi alat agar konsumen lebih mudah mengingat suatu produk dan juga dapat membantu pemasaran produk ke wilayah yang lebih luas dan mendapatkan konsumen baru.

Fungsi merek juga dijelaskan oleh Kaihatu (2014) dimana merek berfungsi sebagai identitas dan pembeda dari produk yang satu dengan produk yang lain sehingga harus mendapat perlindungan dan juga jaminan dalam penggunaannya yang hanya oleh pihak yang berkepentingan.

Memperkuat identitas produk melalui merek yang dicantumkan menjadi modal penting sehingga usaha untuk menumbukan kesadaran merek di benak konsumen harus terus dilakukan. Kesadaran merek merupakan kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali, mengingat Kembali suatu merek sebagai bagian dari suatu kategori produk tertentu (Durianto, dkk.,2004)

Pencantuman merek pada kemasan dapat dirancang sedemikian rupa sehingga menghasilkan label merek yang menarik dan mudah diingat oleh konsumen. Label dapat diartikan menjadi sebuah bagian produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya (Shinta, 2011). Fungsi dari label tersebut diantaranya: mengidentifikasi produk atau merek, menggolongkan produk, menjelaskan beberapa hal mengenai produk dan dapat pula digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk (Shinta, 2011).

Mengingat begitu besar penempatan label merek pada sebuah produk maka tidak akan terlepas pentingnya desain label merek tersebut sebagai langkah awal untuk membangun kesadaran merek yang kuat dalam benak konsumen. Desain dijelaskan oleh Ambrose et al., (2011) bahwa sebuah

desain bertujuan untuk menceritakan sebuah cerita atau membangun narasi untuk sebuah produk dan dapat membujuk konsumen untuk membeli sebuah produk.

3.METODE

Metode PKM yang dijalankan melalui beberapa tahapan, antara lain:

1. Identifikasi awal, tahapan ini dilakukan untuk menggali berbagai informasi tentang usaha sasaran mulai dari aspek sumber daya yang tersedia dan berbagai permasalahan yang kerap dijumpai dalam mengelola usaha. Tahapan ini lebih diarahkan untuk mendapatkan pemahaman tentang seluk beluk usaha dan juga mengenal lebih dekat sehingga tercipta hubungan komunikasi yang baik dan tidak terjadi jarak antar kedua belah pihak serta mencapai sebuah pemahaman yang sejalan antar kedua belah pihak.



Gambar 1. Suasana Lokasi Usaha

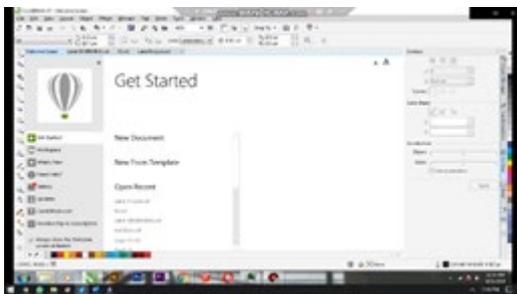
2. Merancang pembimbingan, tahapan ini merupakan tahapan dimana langkah – langkah untuk memberikan informasi ataupun pengetahuan direncanakan untuk

dapat disampaikan secara maksimal. Mengingat pada saat perancangan awal untuk melakukan kegiatan pembimbingan berada dalam situasi dan kondisi yang sulit untuk melakukan kontak secara langsung (masa pandemi) maka dibutuhkan media yang dapat menjembatani penyampaian materi meskipun komunikasi secara langsung tetap dilakukan tetapi dalam frekuensi rendah karena mengingat besarnya risiko yang ada. Mempertimbangkan hal tersebut maka media penyampaian dilakukan secara online dalam bentuk video dimana pihak usaha kecil dapat mengakses dan melihat kapanpun mereka perlukan.

3. Pelaksanaan, tahapan pelaksanaan kegiatan dilakukan lebih fleksibel karena dilakukan dengan informal dan materi telah siap untuk dapat diakses oleh pihak usaha kecil. Tahap – tahap untuk membuat desain label dapat dengan jelas diakses melalui video dan telah disediakan rekomendasi rancangan label merek dengan desain yang lebih kekinian dan diharapkan dapat bermanfaat menarik minat konsumen dengan lebih memperindah tampilan kemasan.
4. Evaluasi, dilakukan dengan mendengarkan pendapat pihak usaha kecil dan menanyakan hal - hal yang dirasa belum jelas.

Berikut penjelasan singkat tentang tutorial perancangan label desain:

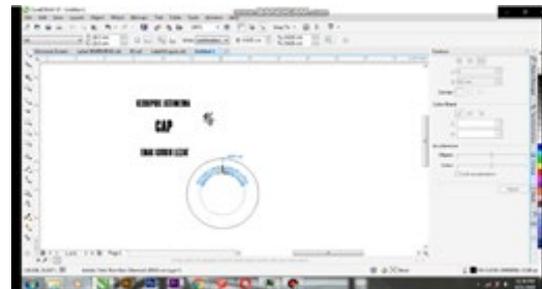
- Buka aplikasi Corel Draw X7 kemudian klik link di atas kiri (new document) bawah menu file kemudian tekan OK. Kemudian buat bentuk obyek dimana dalam pembuatan desain ini bentuk yang dipilih adalah oval.
- Masukkan kata – kata yang ingin ditempelkan dan juga sesuaikan jenis font dan ukuran font pada pilihan aplikasi Corel Draw. Tekan CTRL + K untuk menyesuaikan obyek huruf sesuai dengan desain gambar yang kita buat.
- Kita dapat menyesuaikan dasar warna dari obyek/ bentuk label yang kita buat diawal tadi. Melalui menu warna yang tersedia disebelah kanan dari aplikasi Corel Draw. Warna yang kita gunakan dapat dibuat lebih dari satu sehingga dapat menyesuaikan dengan selera pengguna dan juga kebutuhan akan desain obyek tersebut.



Gambar 2. Memulai Merancang Desain

- Warna dari font atau judul label dapat kita modifikasi warnanya dengan menggunakan menu counter. Dapat pula ditambahkan outline pada obyek font agar lebih jelas terlihat antar bentuk desain dengan huruf judul label tersebut.

- Ukuran obyek label dapat disesuaikan dengan menarik atau pun mengecilkannya dengan bantuan mouse.



Gambar 3. Mengatur Obyek

Bentuk obyek dasar label dapat kita percantikan mengganti tampilan garisnya dengan menggunakan menu Outline Pen yang tersedia disebelah kanan bawah. Melalui menu outline pen tersebut maka tampilan garis dapat kita ubah menjadi garis putus – putus atau sesuai dengan pilihan tampilan garis yang disediakan.

- Warna pada background label dapat diatur dengan gradasi warna agar efek warna lebih menarik.
- Tahap terakhir kita perlu menyimpan desain yang telah kita buat melalui menu File kemudian export pilih jpeg dan beri nama file sesuai yang kita inginkan kemudian klik tombol export, maka desain label pun selesai. Apabila masih dirasa kurang atau ingin memodifikasi label tersebut dapat diulang Kembali pada aplikasi corel draw.

Berikut ini adalah rekomendasi label



Gambar 4. Label Merek Versi baru

Rancangan label merek yang telah dibuat oleh tim pengabdian merupakan sebuah rekomendasi untuk pihak usaha kecil namun demikian tidak menjadi keharusan untuk diterima dan dipakai karena sepenuhnya menjadi keputusan pihak usaha kecil yang mungkin merasa lebih nyaman dan mudah dengan tetap menggunakan label versi lama.

4.HASIL

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tujuan untuk mengarahkan secara tepat melalui peningkatan pengetahuan dan wawasan serta ketrampilan yang diperlukan dalam mengelola sebuah usaha, selain itu juga bertujuan untuk membuka peluang dalam meningkatkan pendapatan melalui kegiatan ekonomi yang berdaya saing, serta menerapkan ilmu pengetahuan secara langsung pada tempat usaha. Adanya transfer informasi dan pengetahuan ke pihak usaha kecil menjadi bagian hasil dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan. Hasil lainnya berupa rekomendasi rancangan label merek yang dapat dimanfaatkan pihak usaha kecil sehingga dapat langsung menggunakannya pada penjualan produk berikutnya.

Berbagai proses yang telah dilaksanakan dalam kegiatan pengabdian mengacu pada luaran berupa transfer informasi yang ditujukan untuk membantu mengembangkan usaha kecil. Selain itu luaran lainnya yakni berupa publikasi ilmiah yang diterbitkan dalam jurnal nasional.

5.SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Berbagai proses dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat telah dijalankan mulai dari tahap pengenalan awal kemudian merencanakan kegiatan dengan menyesuaikan dengan kondisi yang ada saat ini hingga ke tahap pelaksanaan dan evaluasi dapat berjalan dengan lancar meskipun masih terdapat banyak hambatan dan juga kekurangan. Kegiatan ini dengan memperhatikan fokus utama untuk mengupayakan berbagai cara dalam memunculkan ide baru yang mungkin dapat bermanfaat untuk pelaksanaan pengelolaan usaha kecil, selain itu juga motivasi untuk terus memanfaatkan potensi yang ada dan juga meningkatkan ketrampilan yang dapat mendukung keberhasilan usaha jangka Panjang.

5.2.Saran

Beberapa masukan yang dapat disampaikan antara lain:

- 1) Berusaha untuk meningkatkan ketrampilan dan menggali sebanyak mungkin informasi yang dapat dijadikan bahan untuk membantu dalam mengelola usaha kecil.
- 2) Kerjasama antara pihak Lembaga Pendidikan dan juga pihak usaha kecil

dapat terus dilanjutkan untuk masa mendatang.

6.DAFTAR REFERENSI

- Ambadar, Jackie. Miranty Abidin, Yanty Isa. 2007. *Mengelola Merek*. Yayasan Bina Karsa Mandiri: Jakarta.
- Kaihatu, S Thomas. 2014. *Manajemen Pengemasan*. CV Andi Offset: Yogyakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Erlangga: Jakarta
- Mayana, Ranti Fauza. 2004. *Perlindungan Desain Industri Di Indonesia: Dalam Era Perdagangan Bebas*. Gramedia Widiasarana Indonesia: Jakarta.

Septian Daniel, Agung Budi leksono. 2018. Dasar Manajemen Desain. UB Press: Malang.

Shinta, Agustina. 2011. Manajemen Pemasaran. Universitas Brawijaya Press (UB Press): Malang.

Ambrose Gavin, Paul Harris. 2011. *Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand Identity*. AVA Publishing SA: Switzerland.

Durianto, Darmadi. Sugiato, Tony Sitingjak. 2004. *Strategi Menaklukkan Pasar: Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

<https://sahabatpegadaian.com/>

