

## Inovasi Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Healthy Tasty Food Surabaya

**Bimo Sandya Prima Sakti**  
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Korespondensi penulis: [sandyabimo@gmail.com](mailto:sandyabimo@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 24 November 2023

Accepted: 25 Desember 2023

Published: 31 Januari 2024

**Keywords:** *packaging design innovation, sales, MSMEs, banana chips, students, WMK internships.*

**Abstract.** *Packaging design innovation is a crucial strategy in boosting product sales. Innovation is the practical development and improvement of an initial discovery into a technique that can be used. This research aims to enhance the sales of banana chips produced by the Small and Medium Enterprises (UMKM) Healthy Tasty Food Surabaya through packaging design innovation implemented by interns from WMK. The research methods encompassed interviews, observations, brainstorming, active participation, and documentation. The results indicate that the implemented packaging design innovation successfully increased the sales of Healthy Tasty Food Surabaya's banana chips, as evidenced by a surge in orders and sales. The packaging design innovation involved alterations in shape, color, and packaging material. The new packaging was designed to be more appealing and informative, incorporating bright colors and attractive graphics. Additionally, the new packaging was equipped with comprehensive product information, including nutritional content and expiration date. The positive impact of this packaging design innovation is evident in the increased number of orders and sales for the UMKM, as well as improved customer satisfaction and product image. This research provides a significant contribution to similar UMKMs by uncovering the potential for sales enhancement through the improvement of their product packaging design quality.*

---

### Abstrak.

Inovasi desain kemasan menjadi strategi krusial dalam meningkatkan penjualan produk. Inovasi merupakan pengembangan dan perbaikan praktis dari suatu penemuan awal menjadi teknik yang dapat dipakai.<sup>1</sup> Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan kripik pisang dari UMKM Healthy Tasty Food Surabaya melalui inovasi desain kemasan yang diimplementasikan oleh mahasiswa magang dari WMK. instorming, partisipasi aktif, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan berhasil meningkatkan penjualan produk kripik pisang UMKM Healthy Tasty Food Surabaya, terbukti dengan peningkatan pesanan dan penjualan. Inovasi desain kemasan melibatkan perubahan bentuk, warna, dan bahan kemasan. Kemasan baru didesain lebih menarik dan informatif dengan penggunaan warna cerah dan gambar yang atraktif. Selain itu, kemasan baru dilengkapi dengan informasi menyeluruh mengenai produk, termasuk kandungan gizi, tanggal kadaluarsa. Dampak positif dari inovasi desain kemasan ini terlihat dalam peningkatan jumlah pesanan dan penjualan di UMKM, serta peningkatan kepuasan konsumen dan citra produk. Penelitian ini memberikan kontribusi penting bagi UMKM sejenis dalam menggali potensi peningkatan penjualan melalui peningkatan kualitas desain kemasan produk mereka.

---

<sup>1</sup> Harun Al Rasyid ; Agus Tri Indah, "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga", Jurnal Ekonomi, Vol.XVI, No.1, Maret 2018, 40.

**Kata kunci:** inovasi desain kemasan, penjualan, UMKM, kripik pisang, mahasiswa, magang WMK.

## **PENDAHULUAN**

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Menurut data Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, UMKM menyumbang sekitar 61,07% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2022 (Ferdian , R. and Ihsan, Z. 2023.). Namun, seringkali UMKM dihadapkan pada tantangan dalam meningkatkan daya saing produk, salah satunya melalui desain kemasan yang kurang menarik. Inovasi desain kemasan menjadi strategi krusial dalam meningkatkan daya tarik produk dan berujung pada peningkatan penjualan.

Desain kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk, kepuasan konsumen, dan citra produk. Penelitian tersebut dilakukan pada produk kripik pisang UMKM di Kota Semarang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan yang baru dapat meningkatkan jumlah pesanan dan penjualan produk kripik pisang.

Pengabdian masyarakat ini berfokus pada UMKM Healthy Tasty Food Surabaya, produsen kripik pisang yang memiliki potensi besar untuk berkembang. Namun, UMKM ini belum optimal dalam memanfaatkan desain kemasan. Desain kemasan kripik pisang UMKM Healthy Tasty Food Surabaya sebelumnya kurang menarik dan tidak ada informasi terkait produk. Kemasan menggunakan bahan plastik biasa dengan warna dan gambar yang sederhana. Selain itu, kemasan tidak dilengkapi dengan informasi penting tentang produk, seperti kandungan gizi, tanggal kadaluarsa, dan cara penyimpanan.

Melalui program magang mahasiswa WMK, penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan penjualan kripik pisang melalui inovasi desain kemasan yang menarik dan informatif. Desain kemasan yang baru diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, meningkatkan kepuasan konsumen, dan meningkatkan citra produk.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang melibatkan wawancara, observasi, brainstorming, partisipasi aktif, dan dokumentasi. Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali informasi mendalam terkait persepsi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk kripik pisang. Analisis data dilakukan secara teliti dan komprehensif untuk menghasilkan rekomendasi desain kemasan yang tepat sasaran.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi UMKM Healthy Tasty Food Surabaya untuk meningkatkan penjualan, citra produk.

Penelitian ini tidak hanya berkontribusi pada peningkatan kinerja UMKM Healthy Tasty Food Surabaya, tetapi juga diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam memanfaatkan kekuatan desain kemasan untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode kegiatan yang dilaksanakan berupa metode kualitatif, yang berarti bahwa pengumpulan data yang dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan pada saat penelitian di lapangan.<sup>2</sup> Metode pelaksanaan ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif, melibatkan teknik-teknik seperti

- a. Brainstorming, yaitu metode kelompok untuk menciptakan berbagai ide dan Solusi baru.<sup>3</sup>
- b. Wawancara, ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian.<sup>4</sup>
- c. Observasi, yaitu kegiatan dengan menggunakan pancaindera untuk memperoleh informasi yang diperlukan.<sup>5</sup>
- d. Partisipasi aktif
- e. Dokumentasi, adalah hasil atau bukti yang diperoleh oleh peneliti pada saat melakukan teknik wawancara atau observasi yang dapat berupa dokumen, foto, atau sebagainya.<sup>6</sup>

Kegiatan pelaksanaan ini berasal dari mahasiswa, Dewan Pengawas Lapangan (DPL) dari instansi terkait, dan pendamping yang merupakan owner dari UMKM HTF (Healthy Teasty Food)

Lokasi pelaksanaan pengabdian magang Wirausaha Merdeka (WMK) adalah UMKM HTF(Healthy Teasty Food) ini terletak di Kecamatan lakarsantri, kota Surabaya.

---

<sup>2</sup> Dr. H. Zuchri Abdussamad, S.I.K., M.Si, Metode Penelitian Kualitatif (Desember: Syakir Media Press, 2021), 3.

<sup>3</sup> Hisrich, R.D; Peters. M.P & Shepherd, D.A, Kewirausahaan Edisi 7 (Salemba Empat, 2008)

<sup>4</sup> Fandi Rosi Sarwo Edi , Teori Wawancara Psikodignostik (Agustus : Leutika Prio, 2016), 1.

<sup>5</sup> Bungin, M. Burhan, Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. (Kencana Prenada Media Group, 2007), 3.

<sup>6</sup> J Noor, Metode Penelitian (Kencana, 2011), 83.

Metode pelaksanaan dalam program ini adalah dengan mempelajari dan menganalisis masalah yang ada di UMKM dan mencari solusi serta eksekusi. Waktu pelaksanaan pengabdian adalah selama 2 Bulan yang terhitung dari 4 September s/d 31 Oktober 2023 dengan total sebanyak 200 jam kerja. Kegiatan yang dilaksanakan selama 2 bulan magang adalah sebagai berikut:

1. Pembagian kelompok
2. Pembagian tempat magang per kelompok
3. Brainstorming bersama owner UMKM HTF(Healty Teasty Food)
4. Analisis Permasalahan dan Perencanaan Kegiatan
5. Penelitian dan Pengembangan
6. Produksi dan persiapan material
7. Pengujian dan validasi
8. Pemasaran dan Branding
9. Montoring dan evaluasi Kegiatan

## **HASIL PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN**

### **a. Pembahasan Kegiatan**

Pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa melalui program Wirausaha Merdeka (WMK) ini dilaksanakan selama 2 bulan atau 40 hari kerja dengan total jam kerja sebanyak 200 jam kerja yang terhitung mulai dari tanggal 4 September s/d 31 Oktober 2023. Pelaksanaan kegiatan pengabdian magang pada UMKM HTF(Healty Teasty Food) yang dilakukan oleh kelompok kecil yang beranggotakan 5 mahasiswa dari perguruan tinggi dan program tinggi yang berbeda sesuai dengan peraturan penempatan mahasiswa. Rangkaian kegiatan yang akan dilaksanakan selama mahasiswa melakukan program magang dan pengabdian kepada UMKM HTF(Healty Teasty Food) diantaranya adalah : pembagian kelompok, pembagian tempat magang kelompok, brainstorming bersama owner, analisis permasalahan dan perencanaan kegiatan, penelitian dan pengembangan, produksi dan persiapan material, pengujian dan validasi, pemasaran dan branding.

Kegiatan pertama yang akan dilaksanakan berupa pembagian kelompok magang, dimana mahasiswa peserta magang dengan dibantu oleh panitia penyelenggara WMK membagikan kelompok mahasiswa magang berjumlah 4-5 orang disetiap

kelompoknya dengan asal universitas dan prodi yang berbeda. Setelah menentukan kelompok, mahasiswa peserta magang dibantu oleh panitia penyelenggara WMK menentukan tempat magang dan juga waktu kegiatan pelaksanaan. Setelah pembagian kelompok dan tempat magang, mahasiswa melakukan kunjungan pertama ke tempat magang dan melakukan brainstorming bersama dengan owner UMKM HTF(Healthy Teasty Food). Kegiatan brainstorming dan wawancara dilakukan untuk membahas hal-hal yang meliputi: sejarah UMKM, operasional bisnis UMKM, hambatan yang dialami selama operasional UMKM dan juga penyampaian pendapat dari masing-masing mahasiswa dan juga owner terkait UMKM HTF(Healthy Teasty Food)..

Selanjutnya setelah melakukan brainstorming, mahasiswa melakukan analisis terkait permasalahan yang di alami oleh UMKM HTF(Healthy Teasty Food) yang paling menonjol yaitu produk barunya yaitu kripik agar dapat dijual lebih banyak karena sebelumnya kebanyakan konsumen membeli dengan takaran kiloan sehingga mahasiswa berdiskusi agar bagaimana permasalahan ini bisa diselesaikan dan menghasilkan keuntungan lebih untuk UMKM HTF(Healthy Teasty Food). Ditemukan satu solusi yaitu inovasi kemasan dan juga memberikan keunggulan tersendiri untuk UMKM HTF(Healthy Teasty Food), sehingga meningkatkan daya saing UMKM.

Sebelum melakukan pengembangan produk, mahasiswa melakukan penelitian dan analisis terlebih dahulu terkait dengan logo dan collar pallet yang akan kami produksi sehingga bisa dijadikan daya pikat dari kemasan inovasi ini. Setelah itu dilakukan pengembangan produk mendesign produk kemasan dan mulai memproduksi.

Selanjutnya melakukan foto katalog produk untuk persiapan pemasaran melalui media online maupun offline. Untuk media online melakukan pemasaran di sosmed, dimulai dengan pembuatan sosmed usaha, perancangan design feeds sosmed, desain poster dan juga ide konten. Untuk media online ini mahasiswa membuka pemesanan dengan sistem *Pre Order* (PO) jadi pemesanan produk terlebih dahulu kemudian produksi produk dilakukan sesuai dengan jumlah pemesanan. Untuk media offline melakukan pemasaran produk dengan membuka stand pada hari demo day Wirausaha Merdeka (WMK) yang dilaksanakan selama 2 hari di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dimulai dengan pembuatan desain pamflet, desain banner, desain kemasan

untuk demo. Untuk pemasaran offline ini pemasaran dilakukan dengan produksi terlebih dahulu jadi *ready stock* ketika ada pembeli/customer yang datang ke demo day dan mampir ke stand bisa melakukan pembelian secara langsung.

Tahap terakhir dari pelaksanaan kegiatan ini adalah pelaksanaan monitoring dan evaluasi kegiatan. Pada tahap terakhir ini kegiatan monitoring dan evaluasi dilakukan oleh mahasiswa dengan melakukan pengecekan terhadap kemasan produk kripik pisang yang dihasilkan setelah melewati rangkaian uji coba sebelum dipasarkan. Dari hasil kegiatan yang telah dilakukan terkait inovasi kemasan produk kripik pisang sesuai dengan harapan dan rancangan kegiatan yang sudah mahasiswa rancang, menghasilkan media tanam unggulan yang ramah lingkungan.

#### **b. Hasil Kegiatan**

Berdasarkan rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan sesuai dengan rencana awal, progres inovasi kemasan produk kripik pisang di UMKM Healty Tasty Food (HTF) telah berhasil dicapai melalui program magang Wirausaha Merdeka (WMK) selama periode dua bulan atau setara dengan 40 hari kerja. Tahapan kegiatan pengabdian kepada UMKM HTF melibatkan proses yang terdiri dari brainstorming dan wawancara dengan pemilik, analisis permasalahan dan perencanaan kegiatan, penelitian dan pengembangan, produksi dan persiapan material, pengujian dan validasi, hingga pada fase pemasaran, branding, serta tahap monitoring dan evaluasi. Pada tahap brainstorming dan wawancara bersama pemilik UMKM, ide-ide desain kemasan yang menarik dan informatif dihasilkan melalui diskusi dan konsultasi. Tahap analisis permasalahan dan perencanaan kegiatan membantu menyusun rencana inovasi kemasan produk kripik pisang berdasarkan hasil analisis terhadap permasalahan yang dihadapi oleh UMKM HTF.

Penelitian dan pengembangan selanjutnya dilakukan dengan metode wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memastikan desain kemasan yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan UMKM HTF. Produksi kemasan menggunakan bahan *metallic paper*. Pengujian dan validasi desain kemasan baru melibatkan konsumen target, dan hasilnya menunjukkan bahwa desain tersebut memenuhi kebutuhan konsumen.

Pada tahap pemasaran dan branding, desain kemasan baru diperkenalkan melalui media sosial dan offline, termasuk perubahan logo dan tagline produk. Tahap monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan kelancaran dan kesesuaian

kegiatan dengan rencana awal. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar responden (80%)

menganggap desain kemasan baru lebih menarik dibandingkan desain sebelumnya, dengan minat beli yang meningkat.

Secara keseluruhan, kegiatan inovasi kemasan produk kripik pisang telah memberikan dampak positif dengan peningkatan minat dan penjualan, mencerminkan keberhasilan dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM HTF.

## **KESIMPULAN**

Secara keseluruhan, inovasi desain kemasan kripik pisang di UMKM Healty Tasty Food melalui program magang WMK berhasil meningkatkan daya tarik produk dan penjualan. Desain baru dinilai lebih menarik oleh 80% responden, membuktikan respons positif dari konsumen. Dampak positif juga terlihat dalam peningkatan pesanan dan kepuasan konsumen. Kesuksesan ini menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan efektif sebagai strategi untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar makanan dan minuman.

## **SARAN**

Saran yang dapat penulis sampaikan terkait dengan pelaksanaan kegiatan lanjutan bagi UMKM HTF adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kualitas produk : terus memperbaiki design kemasan dengan menyesuaikan trend global untuk memastikan kualitas yang konsisten dan memenuhi standar keberlanjutan serta melakukan uji produk secara teratur untuk memastikan performa yang baik dan memantau umpan balik pelanggan.
2. Pemasaran digital : manfaatkan media sosial dan situs web untuk meningkatkan visibilitas produk dan membuat konten pemasaran yang menonjolkan keunggulan dan keberlanjutan produk kripik pisang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Abdussamad Zuchri, S.I.K., M.Si, Metode Penelitian Kualitatif. Syakir Media Press. 2021.  
Al Rasyid Harun; Indah Agus Tri. "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga". Jurnal Ekonomi.

Vol.XVI. No.1. Maret.2018.

Burhan Bungin, M. Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Kencana Prenada Media Group. 2007.

Edi Fandi Rosi Sarwo. Teori Wawancara Psikodignostik. Yogyakarta: Leutika Prio. 2016.

Ferdian , R. ., & Ihsan, Z. (2023). EDUKASI KEWIRAUSAHAAN, DIGITAL MARKETING, DAN MANAJEMEN KEUANGAN BAGI SISWA SMA MUHAMMADIYAH SINTANG . Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(5),

Noor J. Metode Penelitian. Kencana. 2011.

R.D Hisrich; Peters. M.P & Shepherd, D.A, Kewirausahaan Edisi 7. Salemba Empat. 2008.