



## Strategi Inovasi *Packaging* dan *Branding* "Waroeng Mama Aakif"

Suri Amilia, Tengku Putri Lindung Bulan, Meutia Dewi

Program Studi Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra, Kota Langsa, Indonesia.

### ARTICLE INFORMATION

Received: January 15, 2023

Revised: April 19, 2023

Available online: June 30, 2023

### KEYWORDS

Innovation, Packaging, Branding

### CORRESPONDENCE

Name: Suri Amilia

E-mail: [suri.amilia@unsam.ac.id](mailto:suri.amilia@unsam.ac.id)

### ABSTRACT

The aim of the Community Service program is to optimize Waroeng Mama Aakif's packaging and branding innovation strategy in order to find a more diverse target market and be able to expand its market reach. The methods to be used in this activity are: observation method, discussion method, lecture method. The stages in implementing this service include the following activities: field surveys, debriefing and association, mentoring, monitoring and evaluation. Activities in the training by providing material regarding innovation strategies for packaging and logos at Waroeng Mama Aakif have a positive impact on developing and marketing their products because they already know the tricks and tips from the speaker's presentation.

### Pendahuluan

Salah satu sektor ekonomi yang banyak berkembang di Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM memberikan dampak positif bagi keberlangsungan suatu daerah, mulai dari penyerapan tenaga kerja, pembentukan kemandirian dan keterampilan masyarakat, serta peningkatan pendapatan masyarakat sehingga dapat mempertahankan struktur perekonomian nasional. Kota Langsa merupakan kota yang terletak di Provinsi Aceh yang memiliki 3.579 UMKM (Dataumkm, 2022) UMKM yang banyak dijumpai di Kota Langsa adalah UMKM yang memproduksi dan menjual berbagai jenis makanan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini akan dilaksanakan pada "Waroeng Mama Aakif", yang berlokasi di Jalan Padat Karya Dusun Bukit Perumahan Griya Lestari Blok A8 (Depan SD Perumnas), Gampong Paya Bujok Seuleumak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa. Waroeng Mama Aakif dikelola oleh Ibu Nansi Anggraini yang berdiri sejak bulan November tahun 2019. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Waroeng Mama Aakif yang mengatakan bahwa UMKM ini masih menjual produk berupa ayam geprek dan ayam penyet saja. Meskipun UMKM ini sudah memiliki outlet sendiri di depan rumah, tetapi masih menggunakan styrofoam untuk membungkus makanan tersebut. Bahan styrofoam ini mengandung zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan sehingga dapat menyebabkan penyakit kanker. Karena kemasan yang digunakan tidak baik bagi kesehatan, ada beberapa pelanggan yang membeli produk Waroeng Mama Aakif meminta dibungkus dengan kertas bungkus dan daun pisang saja. Selain itu Waroeng Mama Aakif belum mempunyai logo di kemasannya, kemasannya masih terlihat biasa saja. Begitu juga mengenai poster yang telah rusak di depan outletnya.

Hal yang sangat penting dalam kemajuan sebuah perusahaan dan dalam sebuah usaha inovasi (Arifudin, 2020). Strategi pemasaran melalui *branding packaging* dewasa ini memiliki peran dan posisi yang penting dalam keberlangsungan suatu produk usaha. Dewasa ini persaingan produk usaha dalam hal ini produk UMKM tidak hanya bersaing dari segi rasa maupun inovasi rasa, melainkan ada juga persaingan dalam bentuk inovasi kemasan. Tentunya suatu produk usaha apalagi makanan tidak terlepas dari sebuah kemasan, selain sebagai wadah namun juga bisa menjadi daya tarik pematik tersendiri bagi konsumen. Produk makanan UMKM saat ini dituntut lebih aktif dalam menciptakan kemasan yang kreatif dan inovatif dengan harapan menjadi daya tarik yang unik dan mudah di ingat untuk konsumen. Kemasan menjadi pembeda dengan pesaing usaha, kemasan menjadi identitas suatu produk usaha yang berisikan informasi-informasi dasar dari suatu produk (Irawan, 2022).

Menurut Sulistyandari. et al (2017) melakukan penyuluhan dan pendampingan membuat label merek dan kemasan dengan menggunakan sealer untuk mengemas produk agar usaha lebih berkembang. Menurut (Mukhtar, 2015), seorang technopreneurship harus memperhatikan daya tarik produk serta aneka macam kemasan dan packagingnya yang dapat menarik minat masyarakat.

Tujuan dari program Pengabdian kepada Masyarakat yaitu untuk mengoptimalkan strategi inovasi *packaging* dan *branding* Waroeng Mama Aakif agar menemukan target pasar yang lebih beragam dan dapat memperluas jangkauan pasarnya dapat berekspansi ke usaha yang berskala lebih luas melalui perbaikan kemasan labeling (Puryantoro, 2018). (Suhardi, 2019) melakukan penyuluhan mengenai peranan kemasan, bahan kemasan produk, bentuk kemasan produk dan pelatihan pembuatan disain yang menarik dengan metode presentasi, demonstrasi dan praktek. Begitu juga yang dilakukan oleh (Rahmawati et al., 2022) yang melakukan penyuluhan mengenai logo kemasan, inovasi packaging kue larut, pemasangan plang pada rumah mitra UMKM dan akun media sosial Instagram. Kemasan merupakan wadah yang berfungsi untuk melindungi sebuah barang agar aman, menarik perhatian orang yang melihatnya, serta kemasan juga berfungsi sebagai daya tarik untuk memikat konsumen atau seseorang yang ingin membeli suatu produk. Kemasan adalah salah satu kunci dalam menjaga kualitas produk. (Kotler & Armstrong, 2012) mengemukakan bahwa kemasan mencakup kegiatan mendesain dan memproduksi yang bertujuan untuk melindungi produk. (Tjiptono, 2020) menyatakan bahwa pemberian kemasan pada produk memiliki beberapa tujuan, yaitu (a) pelindung isi (protection); (b) memberikan kemudahan dalam penggunaan (operation); (c) bermanfaat dalam pemakaian ulang (reusable); (d) memberi daya tarik (promotion) berupa aspek artistik, warna, bentuk, dan desain; (e) sebagai salah satu identitas produk (image); (f) memudahkan proses distribusi (shipping); dan (g) dapat memberikan informasi (labelling) yang menyangkut isi, pemakaian, kualitas, dan sebagai cermin dalam inovasi produk yang berkaitan dengan kemajuan teknologi dan daur ulang.

Ruang lingkup pelaksanaan program Pengabdian kepada Masyarakat berkaitan erat dengan indikator kinerja utama di Perguruan Tinggi, yaitu IKU 2 tentang kegiatan mahasiswa di luar kampus dan IKU 3 tentang kegiatan dosen di luar kampus. Untuk IKU 2 mengenai kegiatan mahasiswa di luar kampus yaitu keterlibatan mahasiswa dalam bentuk kegiatan kewirausahaan seperti membantu masyarakat membangun dan mengembangkan unit usahanya. Sedangkan untuk IKU 3 mengenai kegiatan dosen di luar kampus yaitu untuk mendukung tercapai Tri Dharma Perguruan Tinggi khususnya pada bidang Pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan ini akan menunjang kualitas dosen dan akan memenuhi beban kinerja dosen. Adapun fokus dari kegiatan ini dengan melakukan pendampingan kepada mitra tentang metode inovasi terhadap kemasan dan logo sehingga produk yang dipasarkan dapat dikenal luas oleh masyarakat.

Adapun solusi yang akan ditawarkan berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh mitra yaitu dengan memberikan pembekalan pengetahuan dan sosialisasi tentang kemasan, pemberian logo dan merek produk sehingga dapat memperbaiki manajemen pengelolaan usaha khususnya dalam bidang pemasaran dan peningkatan kualitas produk.

Target luaran yang akan dicapai dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah untuk membantu UMKM dalam meningkatkan penjualan produk dengan memberikan pemahaman pengetahuan mengenai *packaging*, pemberian logo dan strategi pemasaran yang baik sehingga produk UMKM tersebut dapat dikenal secara luas oleh masyarakat dan dapat meningkatkan menjadi konsumen potensial.

## Metode

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan pada Waroeng Mama Aakif di Gampong Paya Bujok Seuleumak Kecamatan Langsa Baro Kota Langsa, dengan sasarannya adalah masyarakat yang produktif secara ekonomi. Metode yang akan digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat adalah: metode observasi, metode diskusi, dan metode ceramah.

Rencana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang akan dilaksanakan ke dalam beberapa tahap, yaitu:

### Survey Lapangan

Survey lapangan dilakukan dalam menganalisis kondisi dan permasalahan yang dialami UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Kegiatan survey lapangan ini berguna untuk membantu Tim PKM dalam menentukan lokasi PKM dan menawarkan solusi dari permasalahan yang dialami oleh mitra.

### **Pembekalan dan Sosialisasi**

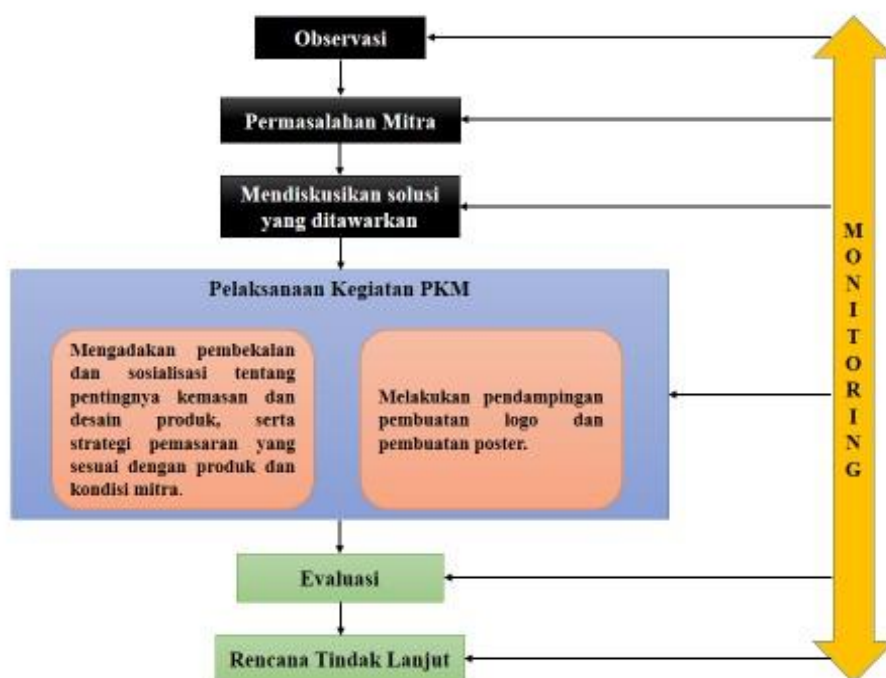
Pembekalan dan sosialisasi akan dilakukan untuk memberikan pengetahuan tentang pentingnya kemasan dan desain produk, serta strategi pemasaran yang sesuai dengan produk dan kondisi mitra. Tim PKM juga akan memberikan pemahaman tentang bentuk-bentuk model kemasan yang dapat digunakan dalam proses *packaging*.

### **Pendampingan**

Kegiatan pendampingan ini akan dilakukan pada Waroeng Mama Aakif secara rutin. Pendampingan dilakukan mengenai pembuatan logo dan pembuatan poster. Selanjutnya, Tim PKM juga melakukan pendampingan dalam memonitoring perkembangan hasil kegiatan. Tim PKM akan berdiskusi dengan mitra tentang perkembangan dari kegiatan tersebut dan Tim PKM juga akan memberikan motivasi dan informasi-informasi yang berguna kepada mitra mengenai pengembangan kegiatan.

### **Evaluasi Kegiatan**

Setelah kegiatan pembekalan dan sosialisasi serta pendampingan, maka mitra diberikan jangka waktu untuk uji coba terhadap pembekalan dan sosialisasi serta pendampingan yang telah diberikan. Pada tahap ini Tim PKM akan mengevaluasi ketercapaian target yang sudah ditetapkan. Adapun uraian kegiatan dapat dilihat pada gambar 1 berikut:



**Gambar 1.** Pelaksanaan Kegiatan PKM

### **Hasil dan Pembahasan**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini telah dilakukan pada "Waroeng Mama Aakif", yang berlokasi di Jalan Padat Karya Dusun Bukit Perumahan Griya Lestari Blok A8 (Depan SD Perumnas), Gampong Paya Bujok Seuleumak, Kecamatan Langsa Baro, Kota Langsa melalui pendekatan secara langsung dengan metoda observasi, diskusi dan ceramah. Tahapan dalam pelaksanaan pengabdian ini meliputi beberapa kegiatan sebagai berikut:

#### **Survey Lapangan**

Tahapan pertama pada kegiatan pengabdian diawali dengan survey langsung ke lapangan pada Waroeng Mama Aakif, yang dilaksanakan pada tanggal 16 Juli 2022. Pada kegiatan survey ini, tim pelaksana kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) melakukan pengamatan latar belakang kondisi lebih detail serta permasalahan yang dihadapi oleh mitra. Dari kegiatan ini diperoleh informasi bahwa mitra menghadapi permasalahan yaitu masih menggunakan styrofoam untuk membungkus makanan tersebut. Bahan styrofoam ini mengandung zat kimia yang berbahaya bagi kesehatan sehingga dapat

menyebabkan penyakit kanker. Mitra juga belum mempunyai logo di kemasannya, kemasannya masih terlihat biasa saja. Begitu juga mengenai poster yang telah rusak di depan outletnya.



**Gambar 2.** Kemasan Produk Waroeng Mama Aakif

### **Pembekalan dan Asosiasi**

Kegiatan sosialisasi telah dilaksanakan pada tanggal 9 September 2022, pada tahapan sosialisasi, tim pengabdian melakukannya melalui metode ceramah dan diskusi kepada mitra tentang produk yang akan ditawarkan yaitu kemasan yang higienis serta logo dan spanduk yang akan digunakan.



**Gambar 3.** Team Pengabdian bersama Mitra

Langkah awal mitra akan diberikan pengetahuan serta wawasan mengenai kemasan yang higienis dan menarik, Produk yang di kemas secara menarik dan inovatif akan mempunyai nilai tambah sebuah produk. Kemasan mempunyai arti penting pada sebuah produk makanan, karena akan meningkatkan nilai tambah pada sebuah produk.



**Gambar 4.** Kemasan Waroeng Mama Aakif

Langkah selanjutnya adalah memberikan pengetahuan tentang tata cara pembuatan logo dan mendesain ukuran logo yang di sesuaikan dengan ukuran kemasan (gambar 5 dan 6). Hal ini dimaksudkan agar logo terlihat menarik, tidak terlalu kecil dan tidak terlalu besar. Logo sebuah produk makanan merupakan hal yang penting agar produk tersebut cepat dikenali oleh masyarakat.



**Gambar 5.** Pemberian materi mengenai logo



**Gambar 6.** Logo Waroeng Mama Aakif

Langkah terakhir adalah melatih mitra tentang materi pemasaran (marketing). Marketing Waroeng Mama Aakif yang sudah dilakukan adalah dari mulut ke mulut, personal selling, stay di rumah, dan dalam acara Ibu-ibu PKK desa setempat. Pemanfaatan media poster/spanduk untuk marketing produk akan membantu dalam meningkatkan penjualan produk.



**Gambar 7.** Poster Waroeng Mama Aakif

## Pendampingan

Kegiatan pendampingan dilakukan pada Waroeng Mama Aakif secara rutin. Pendampingan dilakukan mengenai pembuatan logo dan pembuatan poster. Selanjutnya, Tim PKM juga melakukan pendampingan dalam memonitoring perkembangan hasil kegiatan. Tim PKM berdiskusi dengan mitra tentang perkembangan dari kegiatan tersebut dan Tim PKM juga akan memberikan motivasi dan informasi-informasi yang berguna kepada mitra mengenai pengembangan kegiatan.

## Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan evaluasi selanjutnya dilakukan setelah sosialisasi dan pendampingan yaitu pada bulan September dan Oktober 2022. Hal ini dilakukan bertujuan untuk mengevaluasi tingkat motivasi Waroeng Mama Aakif dan memastikan keberhasilan pelaksanaan kegiatan yang telah dilakukan. Pada kegiatan evaluasi ini diketahui bahwa Waroeng Mama Aakif mengalami peningkatan penjualan karena telah banyak diketahui masyarakat, hal tersebut disebabkan promosi yang dilakukan melalui pembuatan logo dan poster serta telah menggunakan kemasan higienis dan menarik sebagaimana pada gambar 8.



**Gambar 8.** Kemasan yang telah digunakan Waroeng Mama Aakif

## Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Permasalahan yang ditemukan adalah kemasan untuk membungkus produk di Waroeng Mama Aakif masih menggunakan bahan styrofoam yang berbahaya bagi Kesehatan, belum mempunyai logo di kemasannya dan poster yang digunakan di depan outletnya telah rusak sehingga pelanggan merasa kesulitan dalam membeli produk Waroeng Mama Aakif. Kegiatan dalam pelatihan dengan memberikan materi mengenai strategi inovasi untuk kemasan dan logo pada Waroeng Mama Aakif mempunyai dampak yang positif dalam mengembangkan dan memasarkan produknya karena sudah mengetahui trik dan tips dari pemaparan pemateri. Mitra lebih memahami bagaimana cara mengaplikasikan kemasan yang higienis dan menarik serta menggunakan media poster dalam mendukung pemasaran.

### Saran

1. Perlu adanya pendampingan dan pemantauan lebih lanjut terkait pemasaran Waroeng Mama aakif agar dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi.
2. Perlu pelatihan di bidang manajemen usaha sebagai cara untuk meningkatkan pengetahuan serta pemahaman mitra tentang pengelolaan usaha yang efektif dan efisien sehingga usaha dapat berkembang

### Daftar Pustaka

- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan, Peningkatan Produksi dan Perluasan Pemasaran Keripik Singkong si Subang Jawa Barat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1).
- Dataumkm. (2022). <https://dataumkm.acehprov.go.id/index.php/umkm>.
- Irawan, F. (2022). Pelatihan Branding dan Packaging sebagai Strategi Pemasaran. *PROSIDING KAMPELMAS (KAMPUS PEDULI MASYARAKAT)*, 1(1), 235-246.
- Kotler, P., & Amstrong. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Mukhtar, S. (2015). Peranan Packaging dalam Meningkatkan Hasil Produksi terhadap Konsumen. *Jurnal*

*Sosial Humaniora*, 8(2), 181-191.

- Puryantoro. (2018). PKM Desain Labelling Kemasan Kerupuk Ikan pada Industri Kecil Menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. *Warta Pengabdian*, 12(1), 233. <https://doi.org/10.19184/wrtp.v12i1.7337>
- Rahmawati, E., Hidayatulloh, F., Ayu Khuznita, D., & Fajry Al Abdillah, T. (2022). Strategi Marketing dan Inovasi Packaging dalam Upaya Meningkatkan Personal Branding Kue Larut Khas Kaliaman. *Seminar Nasional Hasil Pengabdian Masyarakat*, 16-17.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan untuk Meningkatkan Pemasaran Produk pada UKM Pembuat Tape di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02), 116-128. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v2i02.2105>
- Sulistiyandari., Widiastuti, E., & Indriati, S. (2017). Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemasaran Kerupuk Rambak "Mirasa" Di Desa Dukuhturi, Kec. Bumiayu, Kab. Brebes. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 1. <https://doi.org/10.24269/adi.v1i2.597>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Andi Offset, Jakarta.