



INOVASI LABEL DAN KEMASAN SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN NILAI JUAL PEYEK HOMEMADE “BU SRI”

LABEL AND PACKAGING INNOVATION AS AN EFFORT TO INCREASE THE SELLING VALUE OF HOMEMADE PEYEK “BU SRI”

Triana Novitasari¹, Trio Setyawan², Saiful Nurhidayat^{3*}

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fisipol, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

²Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

³Program Studi Ilmu Kesehatan, Fakultas Ilmu Kesehatan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email@korespondensi:¹triana.novitasari14@gmail.com, ²Setyawantrio2606@gmail.com,

³*saiful.nurhidayat2@gmail.com

Article History:

Received: July 16th, 2024

Revised: August 10th, 2024

Published: August 15th, 2024

Abstract: *Peyek business is included in the category of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). Peyek is a type of crispy snack made from a mixture of rice flour with various additional ingredients such as fried peanuts and anchovies. In an effort to increase the attractiveness and competitiveness of the product, this article analyzes the effect of label and packaging design on consumer perception and the selling price of peyek. Using observation and interview methods with producers and packaging design analysis, this study found that innovation in label and packaging design significantly increases the visual appeal of the product, strengthens the brand image, and ultimately has a positive impact on increasing sales. The results of this study suggest that small and medium business actors pay attention to design elements in their product packaging as part of a marketing strategy to expand the market and increase sales value.*

Keywords:

Msmes; Peyek; Design; Label;

Abstrak

Usaha peyek termasuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Peyek adalah sejenis camilan renyah yang terbuat dari campuran tepung beras dengan berbagai bahan tambahan seperti kacang dan teri yang digoreng. Dalam upaya meningkatkan daya tarik dan kompetitivitas produk, artikel ini menganalisis pengaruh desain label dan kemasan terhadap persepsi konsumen dan harga jual peyek. Dengan metode observasi dan wawancara kepada produsen serta analisis desain kemasan, penelitian ini menemukan bahwa inovasi dalam desain label dan kemasan secara signifikan meningkatkan daya tarik visual produk, memperkuat citra merek, dan pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan penjualan. Hasil penelitian ini menyarankan agar pelaku usaha kecil dan menengah memperhatikan elemen desain dalam kemasan produk mereka sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk memperluas pasar dan meningkatkan nilai jual.

Kata Kunci: UMKM; Peyek; Desain; Label;

PENDAHULUAN

Di era globalisasi dan persaingan pasar semakin ketat, inovasi dalam produk dan strategi pemasaran menjadi kunci utama untuk meningkatkan daya saing dan keberhasilan usaha kecil menengah. Salah satu produk yang sering kali diabaikan dalam hal inovasi adalah camilan tradisional seperti peyek. Peyer merupakan camilan renyah yang terbuat dari bahan campuran tepung beras, kacang dan teri. Meskipun kelezatannya diakui, banyak produsen peyek skala rumah tangga (Homemade) menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk mereka di pasar yang kompetitif.

Salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan nilai jual peyek homemade adalah melalui inovasi dalam label dan kemasan. Kemasan adalah suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi agar produk di dalamnya dapat terlindungi (Kotler dan Armstrong 2004). Label dan kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi yang penting antara produsen dengan konsumen. Inovasi dalam desain label dan kemasan dapat memberikan nilai tambah yang signifikan, seperti meningkatkan daya tarik visual, menyampaikan informasi yang relevan secara jelas, serta mencerminkan kualitas dan keunikan produk.

Artikel ini mengangkat salah satu produk UMKM Peyer Homemade Bu Sri di Dusun Jenggiring Slahung, Ponorogo. Kami dari KKN Umpo 2024, kelompok 18 di Desa Duri Jenggiring Slahung, Ponorogo akan mengeksplorasi berbagai aspek yang terkait dengan desain label, pemilihan bahan kemasan pada Peyer Homemade Bu Sri dan bagaimana keduanya dapat mempengaruhi persepsi konsumen serta keputusan pembelian Peyer Homemade Bu Sri tersebut. Dengan memahami pentingnya elemen-elemen ini, diharapkan pelaku usaha Peyer Homemade Bu Sri dapat mengadopsi praktik-praktik inovatif yang dapat membantu mereka bersaing lebih baik di pasar dan meningkatkan keberhasilan usaha mereka.

Inovasi label dan kemasan pada Peyer Homemade Bu Sri diperlukan untuk meningkatkan daya tarik visual produk serta memberi informasi yang lebih jelas tentang produk kepada konsumen dan memperkuat identitas produk di pasar yang kompetitif. Sehingga Peyer Homemade Bu Sri dapat menonjol di rak toko, menunjukkan keunikan buatannya sendiri dan menarik minat pembeli melalui elemen desain pada kemasan Peyer Homemade Bu Sri yang menarik dan informatif.

Oleh karena itu, tujuan dari kegiatan Gelar Produk KKN Umpo 2024 ini adalah untuk melihat dan mempelajari produk UMKM yang ada di Desa Duri Jenggiring Slahung, Ponorogo. Dengan harapan dapat mengidentifikasi peluang, kekuatan serta tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha lokal dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka di pasar.

METODE

Untuk mengelola inovasi label dan kemasan sebagai upaya peningkatan nilai jual Peyer Homemade Bu Sri di Dusun Jenggiring Slahung Ponorogo, menggunakan metode *Difusi IPTEKS*. Berikut adalah metode yang dapat diterapkan menggunakan pendekatan Difusi IPTEKS untuk artikel tentang inovasi label dan kemasan pada peyek homemade Bu Sri:

Identifikasi Inovasi

Pemahaman Inovasi: Langkah pertama adalah memahami inovasi yang diterapkan pada label

dan kemasan peyek Bu Sri. Ini mencakup desain baru, bahan kemasan yang digunakan, dan teknologi label yang diterapkan. Dokumentasikan fitur-fitur utama dari inovasi tersebut untuk memastikan bahwa semua aspek dapat dianalisis dan dievaluasi.

Penelitian Kebutuhan: Identifikasi kebutuhan spesifik yang mendorong inovasi ini. Apakah inovasi ini dirancang untuk meningkatkan daya tarik pasar, memperpanjang umur simpan produk, atau memenuhi regulasi terbaru? Mengetahui kebutuhan ini akan membantu dalam proses difusi dan implementasi.

Proses Difusi IPTEKS

Penyuluhan dan Sosialisasi: Lakukan penyuluhan kepada pihak-pihak terkait seperti tim produksi, pemasar, dan distributor mengenai inovasi kemasan. Gunakan berbagai media komunikasi seperti presentasi, workshop, dan materi informasi untuk menjelaskan manfaat dan cara penggunaan inovasi kemasan yang baru.

Uji Coba dan Demonstrasi: Lakukan uji coba dengan melibatkan sejumlah konsumen atau retailer untuk mendemonstrasikan kemasan baru. Ajak mereka untuk memberikan umpan balik mengenai fungsionalitas dan daya tarik kemasan. Gunakan hasil dari uji coba untuk memperbaiki dan menyempurnakan desain sebelum peluncuran skala penuh.

HASIL & PEMBAHASAN

Untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pemilik rempeyek homemade Bu Sri di Dusun Jenggiring Slahung, kegiatan branding produk UMKM Peyek Homemade Bu Sri melibatkan perbaikan kemasan atau logo. Berikut beberapa kegiatan yang sudah kami lakukan pada program pengabdian ini:

Pembuatan desain packing produk dan label produk Peyek Homemade Bu Sri

Untuk UMKM peyek homemade Bu Sri, desain kemasan dan logo harus dibuat dengan tujuan menciptakan identitas yang kuat dan menarik perhatian pelanggan. Hal ini harus dilakukan dengan menggunakan warna dan elemen visual yang mencerminkan kualitas dan keaslian peyek homemade Bu Sri tersebut. Disisi lain, logo berfungsi sebagai simbol merek yang mudah diingat dan menunjukkan karakteristik umum perusahaan ataupun ciri khas sebuah produk. Produk dapat lebih menonjol di pasar, menjadi lebih mudah diingat oleh pelanggan, dan meningkatkan daya tarik visualnya dengan desain kemasan dan logo yang menarik. Dengan demikian, ini dapat meningkatkan penjualan.

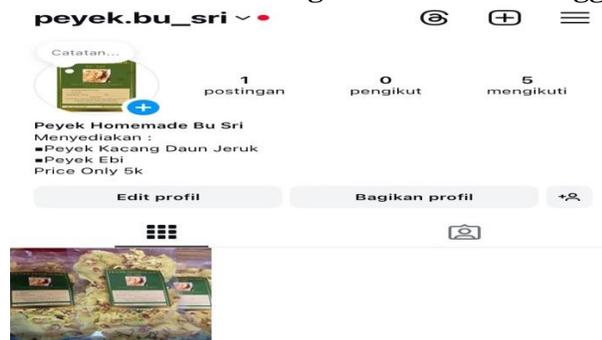


Gambar 1. Packing Produk
Sumber: diolah dari data peneliti



Gambar 2. Label Produk
Sumber: diolah dari data peneliti

Pembuatan platform media sosial Instagram dan cara menggunakannya



Gambar 3 Akun Instagram
Sumber: diolah dari data peneliti

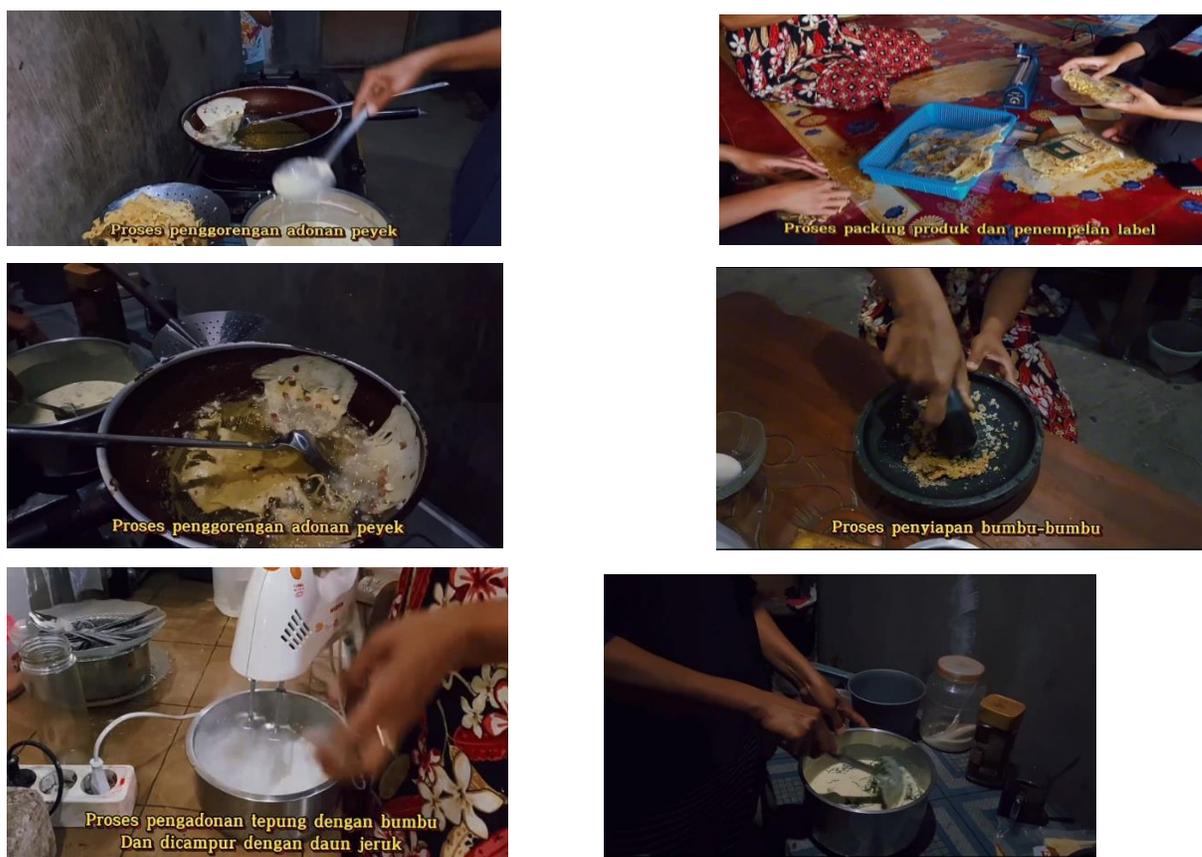
Untuk UMKM Peyek Homemade Bu Sri, pembuatan platform media sosial Instagram melibatkan pembuatan akun bisnis yang menampilkan produk melalui foto yang bagus dan konten yang menarik, seperti resep, proses pembuatan, dan testimoni pelanggan. Untuk berinteraksi dengan audiens dan berbagi konten yang menarik dapat menggunakan fitur Instagram seperti Stories, Reels, dan IGTV. Untuk meningkatkan visibilitas, pastikan untuk menggunakan hashtag yang relevan. Selain itu, lakukan posting secara konsisten dan responsif terhadap pesan dan

komentar untuk membangun komunitas dan menarik konsumen baru.

Tahapan Evaluasi

Untuk mengevaluasi dampak inovasi pada UMKM Peyek Homemade Bu Sri, langkah pertama adalah mengumpulkan data penjualan dan feedback pelanggan sebelum dan sesudah penerapan desain kemasan baru. Selanjutnya, untuk menilai dampak promosi terhadap pertumbuhan bisnis, analisis efektivitas strategi pemasaran harus dilakukan melalui platform Instagram dan potensi jangkauan pasar. Selain itu, evaluasi harus mencakup pengawasan kualitas produk dan kemasan serta evaluasi keberhasilan diversifikasi dan distribusi produk. Hasil evaluasi ini akan memberikan gambaran tentang keberhasilan inovasi serta area yang perlu diperbaiki untuk mendukung pertumbuhan berkelanjutan, serta model untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) lainnya.

Proses Produksi Peyek Homemade Bu Sri dan Jumlah Umpan Balik



Gambar 4 Proses Produksi peyek homemade

Sumber: diolah dari data peneliti

Jumlah Umpan Balik

Tabel 1 Umpan Balik

Kategori Umpan Balik	Jumlah Umpan Balik
Positif	30
Negatif	5
Netral	20

Dengan grafik, dapat menyajikan data dari artikel secara visual, mempermudah pemahaman dan analisis dampak inovasi label dan kemasan pada Peyek Homemade Bu Sri.

KESIMPULAN

Dalam upaya mengatasi tantangan yang dihadapi oleh UMKM Peyek Homemade Bu Sri di Dusun Jenggiring Slahung, kegiatan branding telah dilakukan dengan memperbarui desain kemasan dan logo. Desain kemasan dan logo yang baru bertujuan menciptakan identitas yang kuat dan menarik perhatian pelanggan, serta meningkatkan daya tarik visual produk di pasar. Dengan elemen visual yang mencerminkan kualitas dan keaslian produk, diharapkan dapat meningkatkan penjualan dan memperkuat posisi merek. Selain itu, pembuatan platform media sosial Instagram dan strategi penggunaannya membantu meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan audiens. Melalui posting yang konsisten dan penggunaan fitur Instagram seperti Stories dan Reels, serta analisis efektivitas strategi pemasaran, diharapkan dapat mendukung pertumbuhan bisnis dan memperluas jangkauan pasar. Evaluasi dampak inovasi ini penting untuk memahami keberhasilan dan area yang perlu perbaikan, serta memberikan model yang dapat diterapkan oleh UMKM lainnya untuk pertumbuhan berkelanjutan.

PENGAKUAN

Terimakasih kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan dukungan finansial terhadap pelaksanaan program dan penyelesaian artikel ini

DAFTAR REFERENSI

- Aulia, R., Hazmi, F., Muttaqin, M. A., & Umriyah, R. (2022). Peningkatan Daya Saing Usaha Mikro Perajin Peyek Ebi di Desa Berahan Wetan Kecamatan Wedung Kabupaten Demak. *Khaira Ummah*, 1(02), 117-122.
- Fauzi, M. F. (2021). Pelabelan Kemasan Produk Rempeyek Di Cisaat Sukabumi Sebagai Sarana Promosi Dan Peningkatan Nilai Jual. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 3(3), 33-45.
- Herudiansyah, G., Candra, M., & Pahlevi, R. (2019). Penyuluhan pentingnya label pada kemasan produk dan pajak pada usaha kecil menengah (UKM) Desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. *Suluh Abdi*, 1(2).
- Khusna, S. W., Fisabilillah, F. A. N., Iskandar, M., Falakh, S. I., Andianto, A., & Nurfuadi, N. (2023). Peningkatan Nilai Jual Produk Melalui Labeling Kemasan Pada Produk UMKM Desa Lenggerong. *Kampelmas*, 2(1), 293-303.
- Kotler & Armstrong, 2004, Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan, Indeks.

- Kusumawati, R., Akhbar, T., & Akmalia, A. (2021). Peningkatan daya saing usaha olahan pangan (peyek kacang dan emping melinjo). *MARTABE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 199-207.
- Maulana, H., Santoso, L. N. D. H., Aisyah, K. N., Tarunajaya, M. R., Putra, D. P., & Rinaldi, M. A. (2024). Strategi Rebranding Label Kemasan Produk untuk Meningkatkan Brand Awareness Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Warung Makan Mbok Sih di Desa Jatirejo. *Jurnal Pelayanan Hubungan Masyarakat*, 2(3), 01-08.
- Ningsih, S. C., & Putri, P. H. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempyek di Yogyakarta. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 6-17.
- Vandini, I. (2023). Implementasi Digital Marketing Dalam Peningkatan Penjualan Pada Umkm Keripik Pisang Dan Peyek Di Desa Kutawargi. *Abdima Jurnal Pengabdian Mahasiswa*, 2(1), 2938-2941.