

# MENINGKATKAN PENJUALAN MELALUI PENDAMPINGAN PENGEMASAN DAN PELABELAN PRODUK BAWANG GORENG DI UD. PANGAN ALAM DESA SONOREJO GROGOL KEDIRI

Yesy Kusumawati<sup>1</sup>, Choirul Hana<sup>2</sup>, Stevanus Gatot Supriyadi<sup>3</sup>, Imam Sugeng<sup>4</sup>, Arika Umi Zar'in<sup>5</sup>,  
Imam Suhaimi<sup>6</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kahuripan Kediri

<sup>4,5</sup> Fakultas Ilmu Keguruan Universitas Kahuripan Kediri

<sup>6</sup> Fakultas Pertanian dan Peternakan Universitas Kahuripan Kediri

## Abstrak

Pengemasan dan pelabelan produk menjadikan produk lebih menarik dan melindungi produk. Selain itu juga dapat digunakan sebagai salah satu strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan. Seperti halnya di UD Pangan Alam, dimana produk dijual secara partai tanpa diberi label dan kemasan. Kemudian oleh pelanggan akan dikemas dan diberi label dan dijual dengan harga yang lebih tinggi dari harga beli dari UD. Pangan Alam. Belum adanya pelabelan dan pengemasan yang baik mengakibatkan penjualan secara ecer yang dilakukan oleh UD. Pangan Alam belum maksimal. Oleh karena itu tim pengabdian memberikan pendampingan dan pelatihan dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan pada UD Pangan Alam melalui pelabelan dan pengemasan. Adapun pendampingan dilakukan dengan memberikan informasi tentang manfaat pengemasan dan beberapa alternative pengemasan. Sedangkan pelatihan dilakukan dengan cara memilih dan menentukan pengemasan yang benar dan menyesuaikan dengan produk yang akan dikemas. Pengabdian dilaksanakan mulai dari observasi sampai produk siap dijual dengan diberi label dan dikemas. Hasil dari pelatihan ini UD Pangan Alam sudah menggunakan kemasan bawang merah goreng berbahan plastik bening berupa pouch dan toples dengan berbagai ukuran dan pelabelan sudah dibuat dari stiker yang ditempel pada kemasan dengan informasi yang lebih lengkap dan menarik.

Kata kunci : pengemasan, pelabelan, peningkatan penjualan, bawang goreng

## Abstract

*Product packaging and labeling make the product more attractive and protect the product. Apart from that, it can also be used as a marketing strategy to increase sales. As is the case at UD Pangan Alam, where products are sold in bulk without labels or packaging. Then the customer will package it, label it and sell it at a higher price than the purchase price from UD. Natural Food. The lack of good labeling and packaging resulted in retail sales being carried out by UD. Natural Food is not yet optimal. Therefore, the service team provides assistance and training with the aim of increasing sales at UD Pangan Alam through labeling and packaging. Assistance is provided by providing information about the benefits of packaging and several packaging alternatives. Meanwhile, training is carried out by selecting and determining the correct packaging and adapting it to the product to be packaged. Service is carried out from observation until the product is ready to be sold, labeled and packaged. As a result of this training, UD Pangan Alam has used clear plastic packaging for fried shallots in the form of pouches and jars of various sizes and labeling has been made from stickers attached to the packaging with more complete and attractive information.*

*Keywords : packaging, labeling, increasing sales, fried onions*

## Pendahuluan

Kemasan produk menjadi salah satu unsur penting dalam pemasaran. Produk akan mempunyai daya jual yang tinggi ketika dikemas dengan baik dan menarik. Seorang produsen harus mempunyai ide kreatif dengan membuat kemasan yang berbeda dengan produsen lain sehingga bisa menarik pembeli untuk membeli produk mereka. Selain menjadikan produk menarik, pengemasan juga dapat membantu melindungi produk. Pengemasan yang baik akan melindungi produk dari kerusakan sekaligus sebagai sarana menjaga kualitas produk. Pengemasan menurut Kotler dan Keller (2009) merupakan kegiatan mendesain dan memproduksi wadah atau pembungkus produk. Fungsi pengemasan menurut Simamora (2007) adalah 1) fungsi protektif dimana untuk melindungi produk dari kerusakan karena perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi dan 2) fungsi promosional dimana pengemasan yang menarik dari segi warna, ukuran, dan penampilan akan menjadikan daya tarik pembeli. Kemasan sebagai tempat atau wadah sebuah produk agar mudah untuk dipindahkan dan agar tidak tercecer. Bahan kemasan disesuaikan dengan jenis produk. Kemasan dari kayu diperuntukan untuk produk yang mudah rusak dan berat. Kemasan kayu melindungi produk lebih baik karena mempunyai sifat kaku dan kuat ketika ditumpuk dan diangkut. Namun kemasan kayu membutuhkan waktu dalam penyusunan karena berat dan besar, tidak kedap air, bahan mahal dan sulit didapat. Kemasan dari bahan logam dalam hal ini adalah baja dan kaleng logam biasanya untuk produk dari bahan cair, tepung, dan serpihan. Logam melindungi produk dari benturan dan temperatur. Selain itu kemasan logam praktis, ekonomis dan dapat digunakan kembali. Kemasan berbahan gelas digunakan untuk mengemas produk makanan, minuman, obat-obatan, bahan kimia, dan kosmetik. Keunggulan pengemasan menggunakan gelas adalah tampilan menarik, kedap air, gas, dan bau, juga tahan terhadap suhu. Namun kemasan berbahan gelas memerlukan penanganan ekstra karena mudah pecah. Kemasan kertas digunakan untuk produk makanan, farmasi, kosmetik, barang elektronik, dan perabotan. Kemasan kertas lebih ramah lingkungan, bahan murah, mudah untuk dikreasikan, tidak tahan air, dan rapuh. Kemasan plastik berkontribusi banyak dalam pengemasan karena dapat dipakai untuk berbagai jenis produk, murah, lebih menarik, tahan lama, ringan dan praktis. Namun kemasan plastik tidak tahan panas, sukar terurai, mencemari lingkungan dan mengandung bahan kimia.

Pengemasan dan pelabelan pada UD Pangan Alam masih sangat sederhana dimana hanya menggunakan bahan plastik tanpa label dan kemasan pouch dengan label stiker kecil bertuliskan ucapan terima kasih.



**Gambar 1. Kemasan dan pelabelan produk UD Pangan Alam**

Menurut Sophia dkk (2022) hal-hal yang perlu diperhatikan dalam membuat dan menentukan jenis kemasan yang baik dan menarik pada sebuah produk adalah 1) menyesuaikan antara produk yang akan dikemas dengan bahan pengemasannya. Produk berbahan cair dikemas pada botol atau gelas plastik, sedangkan untuk produk makanan dikemas pada plastik transparan. 2) Ukuran dan ketebalan kemasan digunakan untuk menentukan banyaknya isi produk dan keawetan produk. Sedangkan 3) bentuk kemasan untuk menjadikan produk terlihat menarik dan unik.

Dalam sebuah kemasan terdapat label yang digunakan sebagai identitas produk. Marinus (2002) menyampaikan bahwa label merupakan bagian produk yang membawa informasi verbal tentang produk atau penjualnya. Label dapat berbentuk gambar, tulisan, atau keduanya yang ditempelkan, dimasukkan pada kemasan atau sebagai satu kesatuan kemasan. Label memberikan informasi kepada konsumen tentang produk. Selain itu label juga sebagai sarana komunikasi akan citra suatu produk. Melalui label produsen juga dapat menawarkan dan mempromosikan produk sehingga bisa menarik minat pembeli. Bagi konsumen, dengan membaca label dapat mengetahui dan memahami informasi tentang produk sehingga dapat memutuskan apakah produk tersebut sesuai dengan keinginan konsumen.

Di dalam label mencantumkan informasi wajib tentang produk yaitu 1) Nama Produk: Nama produk pangan harus mudah diingat, unik, relevan dengan produk, menarik, mencerminkan kualitas dan tidak menyesatkan konsumen. 2) Daftar Bahan: Semua bahan yang digunakan dalam produk pangan harus dicantumkan secara lengkap, berdasarkan urutan beratnya. 3) Berat Bersih atau Isi Bersih: Berat atau isi bersih produk pangan dalam satuan gram, mililiter, liter, atau kilogram. 4) Nama dan Alamat Pihak yang Memproduksi atau

Mengimpor: Nama dan alamat lengkap produsen atau importir produk pangan. 5) Informasi Halal (bagi produk yang dipersyaratkan): Logo halal dari lembaga berwenang, jika produk tersebut halal. 6) Tanggal Kedaluwarsa: Tanggal atau bulan dan tahun sampai produk tersebut aman dikonsumsi. 7) Nomor Izin Edar: Nomor izin edar yang dikeluarkan oleh Badan POM (BPOM) untuk produk pangan olahan tertentu. 8) Asal Usul Bahan Pangan Tertentu: Untuk produk pangan tertentu, mungkin perlu dicantumkan asal usul bahan pangan yang digunakan, misalnya untuk produk yang mengandung alergen. Selain informasi wajib dalam label dapat mencantumkan informasi tambahan yaitu 1) Informasi Nilai Gizi: Kandungan gizi seperti kalori, lemak, protein, karbohidrat, natrium, dan lainnya. 2) Petunjuk Penyimpanan: Cara penyimpanan yang tepat untuk menjaga kualitas produk. 3) Petunjuk Penggunaan: Cara penggunaan atau penyajian produk pangan. 4) Logo atau Merek Dagang: Logo atau merek dagang perusahaan yang memproduksi produk pangan. 5) Klaim Kesehatan: Jika produk pangan memiliki klaim kesehatan tertentu, harus didukung oleh bukti ilmiah dan memenuhi peraturan yang berlaku.

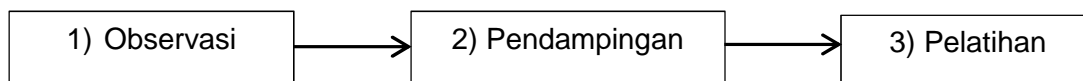
Menurut Kotler (2000:478), fungsi label adalah 1) Label mengidentifikasi produk atau merek. Dengan identifikasi produk membantu konsumen mendapatkan produk yang diinginkan, melindungi konsumen dari produk yang berbahaya, membangun citra merek yang positif dimata konsumen dan dapat meningkatkan loyalitas konsumen. 2) Label menentukan kelas produk. Kelas produk adalah kategori atau jenis produk berdasarkan karakteristiknya. 3) Label menggambarkan beberapa hal mengenai produk. Label sebagai wadah informasi memberikan gambaran komprehensif tentang produk kepada konsumen. 4) Label mempromosikan produk lewat aneka gambar yang menarik. Dengan menggunakan gambar yang menarik, label dapat membantu meningkatkan daya tarik produk dan mendorong konsumen untuk membeli produk.

Adapun tujuan label adalah 1) memberi informasi tentang isi produk yang diberi label tanpa harus membuka kemasan. 2) sebagai sarana komunikasi produsen kepada konsumen tentang hal-hal yang perlu diketahui oleh konsumen tentang produk tersebut, terutama hal-hal yang kasat mata atau tak diketahui secara fisik. 3) memberi petunjuk yang tepat pada konsumen hingga diperoleh fungsi produk yang optimum. 4) sarana periklanan bagi produsen. 4) memberi rasa aman bagi konsumen.

## **Metode Pelaksanaan**

Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 27 dan 28 April 2024 bertempat di UD. Pangan Alam Desa Sonorejo Grogol Kediri dengan melibatkan 6 dosen dari Universitas Kahuripan

Kediri dari berbagai jurusan. Masing-masing dosen bertugas sesuai dengan keahlian masing-masing yaitu sebagai observer, menyiapkan materi pelatihan, menjadi pemateri dan sisanya membantu melakukan pendampingan dan pelatihan.



**Gambar 2. Metode pelaksanaan kegiatan**

Tahapan pelaksanaan kegiatan :

1. Observasi.

Dalam tahapan ini team pengabdian masyarakat melakukan pengamatan tentang permasalahan yang sedang dihadapi mitra dan melakukan kesepakatan tentang waktu pelaksanaan dan materi yang akan diberikan.

2. Pendampingan.

Dalam pendampingan ini diberikan informasi dan pengetahuan tentang pengemasan dan pelabelan.

3. Pelatihan.

Dalam pelatihan diberikan contoh dan praktik cara menentukan pengemasan yang baik dan menarik dan bagaimana membuat pelabelan yang dapat memberikan informasi yang menyeluruh tentang sebuah produk.

## Hasil dan Pembahasan

1. Observasi

Tim pengabdian masyarakat yang terdiri dari 3 dosen dari prodi Manajemen, Akuntansi Dan Pendidikan Jasmani Kesehatan Dan Rekreasi, Universitas Kahuripan Kediri melakukan kunjungan ke UD Pangan Alam Desa Sonorejo Grogol Kediri untuk melihat permasalahan yang dihadapi. UD Pangan Alam memproduksi bawang merah goreng. Dari hasil pengamatan UD Pangan Alam terkendala penjualan secara ecer yang belum maksimal. Salah satu upaya agar penjualan dapat dilakukan dengan maksimal yaitu dengan menerapkan strategi pemasaran yang baik. Team pengabdian melihat pengemasan dan pelabelan adalah strategi dan langkah awal yang harus dilakukan dalam menunjang pemasaran untuk mendapatkan hasil penjualan yang maksimal.



**Gambar 3. Observasi**

## 2. Pendampingan

Pada tahap pendampingan ini team pengabdian masyarakat memberikan informasi tentang pengemasan dan pelabelan. Untuk pengemasan dijelaskan tentang manfaat pengemasan, macam-macam bahan pengemasan, keuntungan dan kekurangannya dari bahan pengemasan, memberikan alternatif pengemasan yang lain dengan menggunakan pouch dan toples dengan berbagai ukuran. Untuk pelabelan diberikan informasi tentang manfaat pelabelan dan informasi apa saja yang harus ada dalam sebuah label kemasan.



**Gambar 4. Proses pendampingan**

### 3. Pelatihan

Disini team pengabdian masyarakat memberikan pelatihan bagaimana cara memilih dan menentukan pengemasan yang benar dan menyesuaikan dengan produk yang akan dikemas sehingga manfaat pengemasan benar-benar bermanfaat semaksimal mungkin dan semenarik mungkin. Selain itu team memberikan pelatihan bagaimana membuat pelabelan yang benar dan menarik yang dapat memberikan informasi yang menyeluruh tentang sebuah produk.



**Gambar 5. Proses pelatihan**

Setelah dilakukan pendampingan dan pelatihan UD Pangan Alam menggunakan kemasan bawang merah goreng berbahan plastik bening berupa pouch dan toples dengan berbagai ukuran. Sedangkan pelabelan dibuat dari stiker yang ditempel pada kemasan dengan informasi yang lebih lengkap dan menarik.



**Gambar 6. Kemasan dan pelabelan produk setelah pelatihan**

## Kesimpulan

Permasalahan yang dihadapi UD. Pangan Alam adalah terkendala pemasaran produk bawang merah goreng yang belum maksimal. Untuk itu team pengabdian masyarakatan perlu mengadakan pendampingan yang berfokus pada pengemasan dan pelabelan produk bawang goreng sebagai langkah awal membantu memecahkan masalah pemasaran. Hasil dari pelatihan ini UD Pangan Alam yang sebelumnya pengemasannya masih sangat sederhana dimana hanya menggunakan bahan plastik tanpa label setelah pelatihan sudah menggunakan kemasan berbahan plastik bening berupa pouch dan toples dengan berbagai ukuran dan pelabelan sudah dibuat dari stiker yang ditempel pada kemasan dengan informasi yang lebih lengkap dan menarik. Dengan pengemasan yang baik dan pelabelan yang benar diharapkan akan membantu meningkatkan penjualan produk bawang merah goreng UD. Pangan Alam.

## Saran

Pendampingan ini sebaiknya tidak hanya fokus pada pengemasan dan pelabelan produk saja tetapi perlu juga dilakukan pelatihan berkelanjutan yaitu tentang bagaimana membuat promosi produk yang menarik dan bagaimana memasarkan produk melalui pemasaran digital sehingga akan menghasilkan peningkatan penjualan yang benar-benar maksimal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Simamora, Bilson. 2007. **Panduan Riset dan Perilaku Konsumen**. Jakarta: Gramedia.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Marinus, Angipora. 2002. Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Kotler, Philip, 2000. Manajemen Pemasaran Jilid 2. Jakarta: Prenhallindo
- Sophia, dkk. 2022. Teknik Pengemasan dan Labeling Produk Olahan Makanan Ringan di Desa Pematang Gajah. Jurnal Abdimas ADPI Sosial dan Humaniora. Vol. 3 No. 4. <https://ejournal.adpi-indonesia.id/index.php/jsoshum/article/view/256/179> Diakses tgl 19 April 2024