

UPAYA MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS MELALUI INOVASI KEMASAN PADA USAHA KERUPUK KULIT SAPI “AYANG” DI MATARAM

Asri Oktiani^{1)*}, Faezal¹⁾, Sri Maryanti²⁾

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

²Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Mataram

*Corresponding Author: asrioktiani84@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
Article History: Received December 12, 2024 Revised December 22, 2024 Accepted December 30, 2024 Keywords: Productivity Packaging Innovation Marketing Strategy UMKM Copyright © 2024, The Author(s). This is an open access article under the CC-BY-SA license 	Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan produktivitas usaha kerupuk kulit sapi "Ayang" di Mataram melalui inovasi kemasan dan produk. Kegiatan pengabdian yang dilakukan dilatar belakangi oleh permasalahan yang dihadapi oleh mitra yang memiliki keterbatasan pada pengemasan produknya hal tersebut membuat penjualan produk lambat dalam perkembangannya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan dengan menggunakan melakukan penyuluhan serta pendampingan dalam memilih, dan mengemas produk serta melakukan riset pasar terkait dengan respons konsumen terhadap kemasan yang baru. Dari hasil penyuluhan yang dilaksanakan mitra mendapatkan perubahan pola pikir terkait pentingnya inovasi pada kemasan dan jenis kemasan yang baik sehingga mitra memiliki keinginan untuk merubah kemasan agar bisa meningkatkan produktivitas penjualan produknya. Diharapkan dengan adanya kegiatan ini memberikan motivasi mitra untuk semakin berinovasi dan belajar serta mengeksplorasi pengetahuan yang dimiliki terkait strategi pemasaran lainnya seperti promosi dan distribusi produk yang dihasilkan ABSTRACT <i>This community service program aims to enhance the productivity of the "Ayang" cowhide cracker business in Mataram through packaging and product innovation. The program is motivated by the challenges faced by the partner, who struggles with limited packaging capabilities, hindering the growth of product sales. The activities carried out include counseling and mentoring sessions to guide the partner in selecting and packaging products effectively, as well as conducting market research to gather consumer feedback on the new packaging. As a result of these efforts, the partner experienced a shift in mindset regarding the importance of packaging innovation and gained insight into effective packaging options, prompting a willingness to improve packaging to boost sales productivity. It is hoped that this initiative will motivate the partner to continue innovating, learning, and exploring new knowledge related to other marketing strategies, such as product promotion and distribution.</i> How to cite: Oktiani, A., Faezal, F., & Maryanti, S. (2024). UPAYA MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS MELALUI INOVASI KEMASAN PADA USAHA KERUPUK KULIT SAPI “AYANG” DI MATARAM. <i>Devote : Jurnal Pengabdian Masyarakat Global</i>, 3(4), 221–227. https://doi.org/10.55681/devote.v3i4.3529

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan menengah (UMKM) menjadi tulang punggung perekonomian sebuah daerah, oleh karena itu pengembangan UMKM menjadi hal yang penting dalam sebuah proses pembangunan ekonomi (kemenkeu.go.id, 2024). UMKM berkontribusi terhadap kegiatan bisnis sebanyak 90% serta menyerap lapangan pekerjaan hampir 50%, kontribusi ini maka bisa dikatakan UMKM ikut memberikan andil dalam pemulihan kinerja perekonomian (kemenkeu.go.id, 2024). Namun nyatanya UMKM masih menghadapi berbagai tantangan diantaranya penggunaan teknologi yang lebih maju serta terbatasnya akses layanan keuangan, serta perkembangan teknologi yang memiliki dampak besar bagi daya saing usaha khususnya usaha

mikro kecil dan menengah (Larasati et al., 2023). Perubahan teknologi menuntut pelaku usaha agar memperhatikan kelangsungan dan tata kelola kegiatan yang baik agar usaha berjalan dengan efisien dan efektif (Fadli et al., 2024).

Usaha pengolahan hasil peternakan merupakan kegiatan usaha yang menciptakan nilai tambah yang bahan bakunya berasal dari hasil peternakan contohnya limbah dari Rumah Potong Hewan (RPH) berupa kulit sapi yang diolah menjadi kerupuk kulit sapi (Royyan & Pujiastuti, 2024). Kerupuk kulit sapi merupakan salah satu makanan ringan yang dikonsumsi sebagai makanan kecil ataupun sebagai lauk yang digemari oleh semua usia (Helmarini & Gusmasari, 2022). Melimpahnya limbah kulit sapi dari rumah potong hewan yang berada di lingkungan Gubug Mamben dilihat sebagai peluang usaha oleh bapak Muhammad Toha alias “Ayang” yang sejak tahun 2009 mengolah limbah kulit sapi menjadi kerupuk kulit sapi yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan ternyata digemari oleh konsumen. Usaha pembuatan kerupuk kulit sapi “Ayang” berproduksi masih dengan cara yang tradisional dengan alat seadanya dengan dibantu oleh 2 orang bagian pengolahan atau produksi dan 2 orang bagian penggorengan dan pengemasan. Dalam sekali produksi kerupuk kulit “ayang” mengolah 2-3 lembar kulit sapi mentah yang dalam satu lembar kulit sapi akan menghasilkan kurang lebih 6 Kg kerupuk kulit mentah, dan konsumen akan membeli produk kerupuk yang sudah digoreng.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan usaha kerupuk kulit sapi “ayang” sudah menerapkan strategi pemasaran yaitu strategi bauran pemasaran yang terdiri dari strategi produk, harga, promosi dan distribusi walaupun masih terbilang sederhana dalam pelaksanaannya. walaupun perusahaan sudah menerapkan strategi bauran pemasaran namun jika dilihat dari perkembangan usaha dilihat masih cukup lambat terutama dari sisi penjualan produk. Beberapa faktor penyebab dari lambatnya perkembangan bisnis yang dialami oleh mitra antara lain: proses produksi yang masih manual, tidak memiliki varian produk baik dari rasa maupun ukuran, penjualan masih mengandalkan penjualan di rumah produksi dan kemasan produk yang masih sangat sederhana. Variasi produk yang dijual selama ini hanya satu varian rasa saja yaitu varian kerupuk kulit rasa orisinal saja dan kemasan yang hanya di kemas plastik biasa serta tidak terdapat logo merek maupun stiker kemasan yang bertuliskan merek, alamat dan nomor telepon usaha tersebut.

Tujuan dari kegiatan pengabdian yang ingin dicapai adalah memberikan penyuluhan terkait dengan pentingnya inovasi produk pada usaha kerupuk Kulit “Ayang”, diharapkan setelah kegiatan ini dilakukan maka produktivitas dengan inovasi kemasan produk yang sederhana menjadi kemasan yang lebih menarik.

Rencana penyelesaian masalah dengan mengadakan penyuluhan dan diskusi serta pendampingan terkait memberikan pengetahuan terhadap pentingnya kemasan produk dilanjutkan dengan pendampingan terkait pemilihan kemasan yang tepat dan riset pasar terkait respons konsumen terkait inovasi kemasan yang diterapkan.

METODE PELAKSANAAN

Dalam pengabdian kepada masyarakat menggunakan Metode penyampaian materi yang digunakan dalam kegiatan ini, adalah:

1. Tahap persiapan

Kegiatan yang dilakukan pada tahap persiapan sebagai berikut:

- a. Berkomunikasi dengan tim pengabdian yang terdiri dari dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram dan dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Mataram
- b. Merumuskan tujuan dan tema kegiatan Bersama kemudian menentukan metode serta waktu pelaksanaan kegiatan pengabdian

2. Pelaksanaan

Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini sebagai berikut:

- a. Sosialisasi rangkaian kegiatan yang akan dilakukan kepada mitra terkait dengan tujuan, tema, waktu pelaksanaan dan juga teknis pelaksanaan kegiatan pengabdian.
 - b. Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam beberapa tahapan diantaranya: (1) memberikan penyuluhan adalah Metode ceramah dan Tanya jawab dengan metode diskusi. Diskusi merupakan metode yang dilakukan Bersama mitra untuk memperoleh kiat dan bagaimana meningkatkan produktivitas usaha yang dihasilkan dengan tujuan meingkatkan pendapatan mitra.
 - c. Mentorship dan Pendampingan: Menyediakan akses ke mentor atau konsultan yang dapat membantu kelompok UMKM pengrajin dalam mengatasi tantangan teknis atau bisnis, serta membimbing mereka dalam proses pertumbuhan dan adaptasi.
3. Tahap evaluasi
- Evaluasi kegiatan bertujuan untuk mengetahui apakah sasaran kegiatan tercapai dibuktikan dengan adanya perubahan terhadap tampilan produk sehingga Target luaran kegiatan pengabdian tercapai ini dapat dilihat dari perilaku mitra yang berubah menjadi terbiasa dan bersemangat. Diharapkan dengan kegiatan pengabdian ini mitra dapat meningkatkan produktivitas usaha dan kesejahteraannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Teknis pelaksanaan kegiatan

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan maka tim pengabdian membuat usulan yang akan dilaksanakan selama kegiatan pengabdian dilakukan seperti memberikan penyuluhan terkait pentingnya menjaga kualitas produk, perbaikan logo dan kemasan dari produk dan diharapkan kegiatan pendampingan ini dapat meningkatkan penjualan kerupuk Kulit sapi “Ayang”

Penyuluhan yang diadakan oleh tim pengabdian untuk meningkatkan penjualan pada pada usaha kerupuk kulit sapi “Ayang” berlokasi di jalan dodokan III Kelurahan Pagesangan Barat Kota Mataram. Dalam tahapan ini tim pengabdian memberikan pengetahuan secara teoritis seperti penyuluhan dan ceramah berupa materi dan teori mengenai inovasi produk terkait dengan kemasan, logo dan diskusi untuk kendala-kendala terkait permasalahan sehingga ditemukan Solusi yang bisa dipergunakan untuk mengembangkan usaha kerupuk kulit sapi “Ayang” yang terdiri dari inovasi produk seperti memperbaiki kualitas produksi, dan kemasan produk dengan harapan Solusi yang ditawarkan tersebut bisa membantu meningkatkan penjualan dari produk.

Penyuluhan terhadap mitra

Kegiatan pertama yang dilakukan adalah Kegiatan penyuluhan dilaksanakan pada hari Senin, 04 Agustus 2024 bertempat di rumah produksi kerupuk kulit “Ayang” yang beralamat di jalan Dodokan III kelurahan Pagesangan Barat Kota Mataram. Materi yang diberikan ada kegiatan penyuluhan ini mengenai bagaimana terkait strategi inovasi produk yang meliputi bagaimana membuat produk yang berkualitas dengan proses produksi yang baik, pentingnya logo pada sebuah produk, pentingnya kemasan produk yang menarik serta variasi produk. Materi diberikan dengan tujuan memberikan tambahan wawasan terkait bagaimana membuat produk lebih menarik dan berkualitas sehingga meningkatkan tingkat penjualan dalam rangka mengembangkan usaha. Inovasi produk merupakan salah satu strategi yang sangat penting dalam sebuah pemasaran prosuk untuk mendapatkan loyalitas konsumen (Noor et al., 2024). Menurut Sugiyanto & Haryoko (2020) inovasi produk berperan penting dalam menimbulkan minat serta keputusan konsumen dengan membuat sebuah produk atau jasa baru yang bisa ditawarkan atau diperkenalkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan pasar.

Diskusi dua arah dilakukan untuk menggali permasalahan yang dihadapi oleh usaha selama ini sehingga ditemukan ide atau gagasan mengenai inovasi produk yang fokus terhadap perbaikan akan 2 hal yaitu inovasi pada kemasan produk. Berdasarkan hasil diskusi dengan mitra maka

diperlukan inovasi produk dari kemasan plastik biasa produk rencananya akan di kemas dalam kemasan plastik dengan klip dengan diberikan stiker logo.

Pendampingan pada mitra

Proses mentoring dilakukan dalam waktu 2 bulan yaitu sepanjang bulan agustus dan September 2024. Mentorship atau pendampingan dimana tim pengabdian akan memberikan pendampingan terkait bagaimana merubah kemasan yang baru, kegiatan pendampingan dilakukan Membantu pemilik usaha memilih plastik kemasan yang sesuai dengan produk yang dihasilkan dan rekomendasi yang paling tepat untuk produk kerupuk kulit ini adalah kemasan plastik Pouch.

Tujuan dipilihnya kemasan bentuk pouch ini agar karena kemasan ini memiliki warna yang bening sehingga produk yang ada di dalamnya akan tetap terlihat jelas oleh konsumen selain itu kemasan ini aman digunakan untuk bahan makanan sehingga tidak berbahaya bagi konsumen. beberapa keunggulan dari kemasan ini dipilih karena kualitas makanan yang ada dalam kemasan akan tetap terjaga karena ada klip/ zipper sehingga menjaga dari udara dan air yang memungkinkan akan merusak kualitas makanan didalamnya, praktis dan mudah digunakan, harga yang ekonomis, menarik pembeli karena produk terlihat jelas oleh konsumen dan aman saat pegirimannya.

Setelah mitra menggunakan bungkus maka tim pengabdian mendampingi mitra untuk melakukan riset pasar dengan melakukan wawancara pada konsumen yang melakukan pembelian dengan harapan memperoleh respon dari konsumen terkait dengan kemasan yang baru. Sebelum riset pasar dilakukan kemasan baru akan diuji yang tentunya akan melihat bagaimana ketahanan dan kemudahan pengemasan produk untuk kemasan yang baru dibandingkan dengan kemasan sebelumnya.

Evaluasi kegiatan

Dari hasil kegiatan yang dilakukan mendapatkan respon positif dari mitra, melalui kegiatan yang penyuluhan dan pendampingan maka dapat diidentifikasi sejauh mana inovasi terhadap kemasan dapat memberikan nilai tambah dan diharapkan mampu meningkatkan penjualan produk. Ukuran keberhasilan dari kegiatan yang telah dilaksanakan antara lain:

1. Peningkatan produk

Peningkatan produk dilihat dari implementasi inovasi pada kemasan, berdasarkan hasil dari observasi dan wawancara kepada beberapa pembeli kemasan baru lebih menarik, dan kedepannya kemasan baru ini semakin meningkatkan minat konsumen membeli produk mitra.

2. Peningkatan kepuasan konsumen akan meningkat, setelah kegiatan dilakukan tim pengabdian melakukan wawancara pada konsumen dan didapatkan respon positif dari konsumen yang merasa puas dengan kemasan baru yang memiliki keunggulan dari segi tampilan yang lebih menarik, praktis untuk dibawa sebagai oleh-oleh, dan ketahanan produk dari kemasan yang sebelumnya

3. Peningkatan penjualan, dengan adanya kemasan yang baru pemilik usaha menyampaikan bahwa kemasan yang baru membawa dampak positif yaitu peningkatan jumlah pembelian sehingga berimbas pada peningkatan jumlah keuntungan yang diperoleh.

Dokumentasi kegiatan



Gambar 1. Tampilan Kemasan Sebelum Kegiatan



Gambar 2. Diskusi Terkait Pemilihan Kemasan dan Kemasan Yang Direkomendasikan



Gambar 3. Pengemasan Produk



Gambar 4. Kemasan Produk Yang Baru



Gambar 4. Konsumen

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan menghasilkan beberapa temuan utama. Pertama, dari hasil penyuluhan yang dilakukan, mitra mengalami perubahan pola pikir terkait pentingnya inovasi dalam desain dan jenis kemasan. Perubahan ini mendorong mitra untuk mempertimbangkan pengembangan kemasan yang lebih baik guna meningkatkan produktivitas penjualan produknya. Kedua, pendampingan terkait penggunaan kemasan baru menunjukkan dampak positif, yaitu peningkatan jumlah pembelian yang berujung pada peningkatan keuntungan usaha.

Disarankan agar kegiatan ini dapat memotivasi mitra untuk terus berinovasi, belajar, dan mengeksplorasi pengetahuan terkait strategi pemasaran lainnya, seperti promosi dan distribusi produk. Selain itu, diharapkan setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, terjadi peningkatan produktivitas penjualan yang berdampak pada peningkatan keuntungan usaha. Terakhir, kegiatan ini diharapkan dapat membantu mitra menjangkau pasar baru dan meningkatkan volume penjualan produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian kepada masyarakat menyampaikan terimakasih kepada mitra yang telah memberikan waktu dan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan pengabdian di Usaha yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadli, S., Murniati, W., & Musofa, A. (2024). *Pengabdian Masyarakat Pemula Peningkatan Produktivitas Dan Pemasaran Kelompok Umkm Pengrajin Pandan Berbasis Platform Digital*. 5.
- Helmarini, H., & Gusmasari, I. (2022). Analisis Strategi Pemasaran dalam Penjualan Produk Kerupuk Gurita (Kuritos) di Desa Linau Kabupaten Kaur. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), Article 3. <https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2551>
- Kemenkeu.go.id. (2024, Agustus). *Ini Upaya Pemerintah Jaga Peran UMKM sebagai Tulang Punggung Perekonomian*. <https://www.kemenkeu.go.id/informasi-publik/publikasi/berita-utama/Ini-Upaya-Pemerintah-Jaga-Peran-UMKM>
- Larasati, D., Lutfianti, F. A., Melinda, S., Sadiyyah, K., Nur, D. A., & Yulianti, F. (2023). *Strategi Inovasi Kemasan (Packaging) untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Olahan Madu*.
- Noor, M. T., Lorenza, M., Rahmadani, N., Violina, N., Selvia, N., Romadhon, A., Nurlita, M., Safira, N., Wida, N. S., Rhamadhan, S., & Atmojo, T. S. (2024). Penyuluhan Dalam Meningkatkan Produktivitas Penjualan Dan Promosi Pada Umkm Adonan Pentol Fin_Zha Di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(1), 91–96.

- Royyan, I. A., & Pujiastuti, C. (2024). Inovasi Kemasan Produk Kerupuk Kulit Kopi di Desa Galengdowo, Kabupaten Jombang. *ABDIMASKU: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 7(1), 346. <https://doi.org/10.62411/ja.v7i1.1910>
- Sugiyanto, & Haryoko, U. B. (2020). *Manajemen Pemasaran* (Cetakan Pertama). Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju (YPSIM).