

## CURRENT ISSUE

### Vol. 2 No. 1 (2024): Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha



PUBLISHED: 2024-01-05

## Articles

### Tantangan Rumah Tangga Cerdas Financial di Era Digital

Sebuah Literasi Keuangan

Insiatiningsih Insiatiningsih, Evi Rosalina Widyayanti, Hasanah Setyowati, Emi Eko Sulistyowati, Meydina Yossi Prastika, Farsa Budi Anindya

1-12

 ARTIKEL

### Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM Becik Keramik

Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori, Mudasetia Hamid, Hartanti Widayani, Sermi Sermi, Alifya Nur Hawa

13-24

 ARTIKEL

### Upaya Meningkatkan Daya Saing Melalui Strategi Bisnis

Sofiaty Sofiaty, Ary Sutrischastini, Linawati Linawati, Yenni Kurnia Gusti, Joan Kurniawan, Anggi Laksamana, Naini Setyawati

25-31

 ARTIKEL

## **Peran Penyehat Tradisional Dalam Meningkatkan Kesehatan Masyarakat**

Nasrodin Nasrodin, Nur Widiastuti

32-37

 ARTIKEL

## **Upaya Menghindari Resiko Kredit Macet Dengan Pelatihan Analisis Kelayakan Kredit Pada BMT Artha Sejahtera**

Manendha Maganitri Kundala, Linawati Linawati, Wahyu Purwanto, Rama Sanjaya, Azzahra Raudhatul Jannah, Vika Nur Afifah

38-43

 ARTIKEL

## **Islamic Spiritual Perspective: Kubler-Rose Change Curve Bagi Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah**

Suci Utami Wikaningtyas, Sulastiningsih Sulastiningsih, Rufaida Setyowati, Fatimah Suryaningsih, Ariesta Dewi Nila Sari, Rafli Amar Firdaus

44-51

 ARTIKEL

## **Peningkatan Kemampuan Manajemen Kas Pada PKPD Indonesia**

Khoirunnisa Cahya Firdarini, Jazuli Akhmad, Qurrata Ayunina Ciptantri, Zerena Shovia Ramadini, Siti Julita Dewi, Decky Melianus Muid

52-56

 ARTIKEL

**VIEW ALL ISSUES** >

**Make a Submission**

---

**INFORMATION**

---

For Readers

---

For Authors

---

For Librarians

---

**EDITORIAL POLICIES**

---

Publication Ethic

---

Editorial Team

---

Reviewer

---

Focus and Scope

---

Author Guidelines

---

Peer Review Process

---

Publication Frequency

---

Publication fee

---

Plagiarism Checker

---

Copyright Notice

---

Open Access Policy

---

Ethical Statement

---

Publisher

---

## ARTICLE TEMPLATE

---



## ISSN

---

eISSN 3026-6297

ISSN 3026-6297



## TOOLS

---

**zotero**

## INDEXING LIST

---



## Support By

---



## VISITORS

---



### **Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha**

Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan,  
Kota Yogyakarta, DIY 55162

Email: [jpm@stieww.ac.id](mailto:jpm@stieww.ac.id)

[JPM is licensed under a Creative Commons](#)

[Attribution 4.0 International License](#)

Platform &  
workflow by  
**OJS / PKP**

HOME / Editorial Team

## Editorial Team

### Editor:

- Beta Asteria
- Sulastiningsih
- John Suprihanto
- H.M. Awal Satrio
- Suhartono
- Suci Utami Wikaningtyas

### Reviewer:

- Uswatun Chasanah
- Yudi Sutarso
- Abdul Halim
- Syeh Assery
- Nur Widiastuti
- Priyastiwi

### Make a Submission

---

#### INFORMATION

---

For Readers

---

For Authors

---

For Librarians

---

#### EDITORIAL POLICIES

---

Publication Ethic

---

Editorial Team

---

Reviewer

---

Focus and Scope

---

Author Guidelines

---

Peer Review Process

---

Publication Frequency

---

Publication fee

---

Plagiarism Checker

---

Copyright Notice

---

Open Access Policy

---

Ethical Statement

---

Publisher

---

## ARTICLE TEMPLATE

---



## ISSN

---

eISSN 3026-6297



## TOOLS

---

**zotero**

## INDEXING LIST

---



Support By

---



VISITORS

---

 web statistics

---

**Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya  
Wiwaha**

Jl. Lowanu Sorosutan UH VI / 20, Sorosutan,  
Kota Yogyakarta, DIY 55162

Email: [jpm@stieww.ac.id](mailto:jpm@stieww.ac.id)

[JPM is licensed under a Creative Commons  
Attribution 4.0 International License](#)

Platform &  
workflow by  
**OJS / PKP**



# Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM Becik Keramik

Uswatun Chasanah<sup>1</sup> dan M. Mathori<sup>2</sup>, Mudasetia<sup>3</sup>, Hartanti Widayani<sup>4</sup>, Sermi<sup>5</sup>, Alifya Nur Hawa<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Prodi Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Indonesia - [uswatun.chasanah31@stieww.ac.id](mailto:uswatun.chasanah31@stieww.ac.id)

## Ringkasan

Produk yang tidak dikelola dengan baik akan berakibat kurang menarik bagi pembeli. Salah satu bentuk nyata dari pengelolaan produk adalah melalui penggunaan kemasan dengan baik, menarik dan sehat. Selama ini kesadaran pentingnya kemasan masih rendah terutama pada pengusaha kecil (UMKM). Pemahaman mereka pada kemasan masih terbatas pada wadah atau bungkus yang kalau sudah tidak terpakai akan dibuang. Mengenal macam-macam kemasan, teknologi dan bentuk-bentuk kemasan yang ada dan berkembang saat ini masih jauh dari pemahaman UMKM sehingga kemasan produk ala kadarnya. Pelatihan desain dan kemasan produk bertujuan memberikan edukasi bagi pengusaha kecil agar memiliki daya saing dalam mengembangkan dan meningkatkan penjualan, serta mengangkat kesejahteraan perekonomian UMKM dan warga sekitar. Target jangka panjang pelatihan terbentuk embrio rumah kemasan yang menjadi wadah kerjasama dan media belajar pengusaha kecil dalam desain produk dan kemasan. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat UMKM Becik Keramik, Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, DIY. Metode kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan diskusi dan sharing dengan mitra. Secara umum dapat dikatakan kegiatan dapat dilaksanakan dengan baik dilihat dari antusiasme mitra. Keterbatasan kegiatan masalah waktu pelaksanaan pengabdian terbatas dan mensinkronkan waktu dengan mitra. Kegiatan pengabdian dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran UMKM yang memang belum pernah mendapatkan pelatihan tentang desain dan kemasan produk.

Mitra pengabdian masyarakat adalah pengusaha UMKM Becik Keramik. Becik bergerak dibidang produksi keramik berupa gelas, cangkir, tatakan, piring, dan lain-lain untuk pasar café, restoran dan masyarakat umum. Lokasi usaha ada di dusun Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, DIY.

**Keywords : Kemasan, UMKM, Produk Keramik, Pelatihan, Becik Keramik**

## 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Mengacu data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta. Jumlah tersebut berkontribusi pada Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,07 persen, atau senilai Rp 8.573,89 triliun. Di sisi lain sektor UMKM juga mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia (Radar Yogya, 2022).

Dalam beberapa tahun terakhir, khususnya sejak tahun 2019 hingga pertengahan tahun 2023, terjadi lonjakan pertumbuhan UMKM yang fenomenal di Jogja. Jumlahnya mencapai 464.033 (BAPPEDA DIY 2023). Pemicu utama yang menyebabkan lonjakan jumlah UMKM di Yogyakarta adalah kombinasi antara warisan budaya yang kaya dan semangat kewirausahaan yang tak kenal lelah. Sebagai contoh gerabah dari Bantul, produk tradisional ini sekarang tidak hanya menghiasi rumah-rumah di Yogyakarta, tetapi juga berbagai villa dan hotel megah di berbagai lokasi termasuk di Bali. Gerabah asal Bantul menjadi komoditas ekspor dan dikirim ke berbagai negara. Demikian pula dengan batik, seni pewarnaan kain tradisional, yang kini tidak hanya populer di kalangan warga lokal, tetapi juga diminati oleh turis internasional dan para eksportir.

Peningkatan jumlah UMKM di DIY tersebut bukan tanpa persoalan, secara umum permasalahan yang dihadapi UMKM dapat dikelompokkan menjadi 5 masalah utama (Fajar Billy Sandi, 2019)., yaitu: *pertama*, keterbatasan permodalan. Masalah keterbatasan modal menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh mayoritas UMKM, gagasan bisnis dan kreativitas bisnis yang dimiliki UMKM mengalami hambatan modal ketika akan



direalisasikan. Hal ini jika dianalisis kebelakang karena adanya hambatan dalam akses pembiayaan karena banyak persyaratan yang belum terpenuhi. *Kedua*, masalah perijinan, banyak UMKM yang belum memiliki badan hukum yang jelas sehingga menghambat akses permodalan dan perluasan pasar dari UMKM. *Ketiga*, rendahnya keasadaran membayar pajak. Dari 60 juta pelaku UMKM di Indonesia hanya 2,5% atau sekitar 1,5 juta UMKM yang melaporkan pajaknya Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM memhami cara menghitung pajak yang menjadi kewajibannya. *Keempat*, banyak pelaku UMKM kurang berkembang karena minimnya inovasi termasuk inovasi dalam desain kemasan. Akhirnya usaha hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian bangkrut karena produk atau jasa yang ditawarkan tidak kuat atau kalah bersaing. Pelaku UMKM di Indonesia memiliki kecenderungan menjalankan bisnis berdasarkan ikut-ikutan tanpa melihat potensi diri yang dimiliki. Produk yang lahir dari latah atau ikut-ikutan dan memiliki kemiripan satu sama lain sangat mungkin diawal permintaan banyak, namun lama-kelamaan permintaan menjadi turun karena konsumen bosan. *Kelima*, lambat mengikuti perkembangan teknologi, teknologi saat ini membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM tidak hanya dalam memasarkan produknya tetapi juga memudahkan proses produktivitas para pelaku UMKM. Kehadiran saluran *marketplace* dan media sosial membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas.

Permasalahan yang dihadapi UMKM tentu saja tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan banyak pihak. Salah satu upaya yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini untuk mengatasi kendala inovasi, pasar dan teknologi yakni melalui sosialisasi dan perbaikan kemasan produk, mengingat banyak produk yang dipasarkan UMKM bagus, memiliki rasa yang enak, penampilan menarik, harga bersaing namun kurang menarik dalam kemasan (*packaging*).

### Strategi Desain Produk

Strategi desain produk terkait dengan tingkat standardisasi produk, terdapat beberapa pilihan strategi (Tjiptono, 1997) yaitu produk standar, produk yang disesuaikan (*customized product*) dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan tertentu serta produk standar dengan modifikasi. Tujuan dari setiap strategi tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Produk standar, tujuannya untuk meningkatkan skala ekonomis melalui produksi massal.
- 2) *Customized product*, tujuannya untuk bersaing dengan produk standar melalui fleksibilitas desain produk.
- 3) Produk standar modifikasi, tujuannya untuk mengkombinasikan manfaat dari produk standar dan *customized product*.

Agar dapat menjalankan ketiga strategi tersebut dengan baik, diperlukan analisis secara mendalam terhadap perspektif produk dan pasar, serta perubahan lingkungan, khususnya perubahan teknologi. Hasil yang diharapkan dari strategi-strategi tersebut adalah peningkatan dalam pertumbuhan, pangsa pasar dan laba. Strategi produk standar dengan modifikasi juga memungkinkan perusahaan untuk melakukan hubungan yang erat dengan pasar dan memperoleh pengalaman dalam pengembangan standar produk yang baru. Desain produk terdiri dari dua kata yaitu desain dan produk menurut kamus besar bahasa indonesia, desain berarti kerangka bentuk atau rancangan. Sedangkan produk berarti barang atau jasa yang dibuat dan ditambah guna atau nilainya kemudian di proses produksi menjadi hasil akhir proses produksi tersebut. Jadi pengertian desain produk adalah aktivitas merancang suatu bentuk kemudian di proses melalui proses produksi dan hasil akhirnya menjadi suatu produk yang dihasilkan dari proses produksi tersebut serta nilai dan kegunaannya dapat memenuhi keinginan konsumen yang disesuaikan dengan perkembangan zaman dan perubahan lingkungan.

Desain produk menurut Sarimonang dan Darna (2018) bisa berbeda-beda untuk setiap perusahaan dan merupakan hal yang penting bagi kesuksesan banyak perusahaan. Untuk produk konsumen misalnya, memahami preferansi pelanggan dan melakukan pengujian pasar terkait produk yang prospektif merupakan hal yang sangat penting. Dalam bidang farmasi, untuk keamanan dan keefektifan suatu produk yang potensial seringkali dibutuhkan uji klinis yang ekstensif dengan melibatkan eksperimen yang dikendalikan secara hati-hati. Untuk produsen makanan, perlu memberikan sensasi rasa yang baru kepada pelanggan toko mereka untuk mempertahankan atau memperluas pangsa pasar ritel mereka.

Desain mempunyai maksud dan tujuan untuk membantu perusahaan dalam menciptakan dan mengembangkan produk baru atau untuk menjamin hasil produksi yang sesuai dengan keinginan pelanggan disatu pihak serta dipihak lain untuk menyesuaikan dengan kemampuan perusahaan. Maksud dari Desain Produk, antara lain (Umdiana, Suprihatin, Kodriyah, 2018):

- 1) Untuk menghindari kegagalan – kegagalan yang mungkin terjadi dalam pembuatan suatu produk.
- 2) Untuk memilih metode yang paling baik dan ekonomis dalam pembuatan produk.
- 3) Untuk menentukan standarisasi atau spesifikasi produk yang dibuat.

- 4) Untuk menghitung biaya dan menentukan harga produk yang dibuat.
- 5) Untuk mengetahui kelayakan produk tersebut apakah sudah memenuhi persyaratan atau masih perlu perbaikan kembali.

Sedangkan tujuan dari Desain Produk itu sendiri, adalah :

- 1) Untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi.
- 2) Untuk menghasilkan produk yang trend pada masanya.
- 3) Membuat produk seekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya – biaya dengan tasekonomis mungkin dalam penggunaan bahan baku dan biaya – biaya dengan tanpa mengurangi nilai jual produk tersebut.
- 4) Tahapan – tahapan kegiatan Desain Produk Seorang *product designer* harus melalui tahapan – tahapan dalam merencanakan suatu produk, tahapan tersebut yaitu :
  - a) Memformulasikan hasil *marketing research* Adapun yang menjadi titik tolak dalam tahapan kegiatan Desain Produk adalah riset pemasaran. Untuk mengetahui produk yang diinginkan pelanggan, product designer dapat memperoleh data dari riset pemasaran yang langsung berhubungan dengan pelanggan. Riset ini dilakukan baik untuk produk yang betul – betul baru maupun untuk produk yang sudah ada. Pengembangan suatu riset dalam perusahaan akan menghasilkan sebuah gagasan atau ide untuk membuat suatu produk, dimana ide tersebut diperoleh dari data yang didapatkan saat riset itu sendiri dilakukan. Dalam riset pembuatan produk baru atau pengembangan produk yang sudah ada, perusahaan harus mempertimbangkan hal – hal sebagai berikut : Keinginan pelanggan dalam hal kegunaan, kualitas, modal dan warna dari produknya dengan tidak mengabaikan penentuan harga, Biaya dari pembuatan produk baru atau pengembangan dari produk yang sudah ada apakah perusahaan mampu untuk membayarnya. Untuk hal – hal tersebut diatas, maka riset ini perlu ditunjang dengan faktor – faktor yang berupa waktu untuk menjalankan penelitian, mencari informasi atau keterangan berdasarkan pengalaman.
  - b) Mempertimbangkan kemampuan fasilitas perusahaan Untuk melaksanakan kegiatan pembuatan suatu produk, maka desainer harus mempertimbangkan kemampuan dari perusahaan itu sendiri, diantaranya: tenaga kerja, mesin – mesin, peralatan penunjang dan perkakas lainnya. Dalam membuat produk, desainer harus mempertimbangkan biaya yang seekonomis mungkin.
  - c) Membuat sketsa Dalam membuat sketsa, bentuk dari produk yang akan dibuat akan terlihat jelas satu dengan yang lainnya. Sketsa tersebut dibuat untuk mempermudah dalam pembuatan gambar kerja ( *bluePrint* ), sketsa dari masing – masing produk walaupun sketsa ini tidak menunjukkan ukuran – ukuran yang sebenarnya, tapi dapat terlihat dal skala perbandingan.
  - d) Membuat gambar kerja, pembuatan gambar kerja ini adalah merupakan tahap akhir dalam kegiatan desain produk, dimana dalam gambar kerja ini dapat digambarkan bentuk dan ukuran yang sebenarnya dengan skala yang diperkecil. Selain itu, dalam gambar kerja juga diperlihatkan bahan – bahan yang akan dipergunakan dalam pembuatan produk tersebut. Setelah gambar kerja tersebut selesai dirancang, kemudian diserahkan kepada pelaksana kegiatan untuk segera dipelajari dan dikerjakan lebih lanjut cara proses produksinya.

### **Kemasan Produk dan Fungsinya**

Pengemasan (*packaging*) merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), kemasan meliputi kemasan utama (primer), kemasan sekunder dan kemasan pengiriman yang diperlukan untuk menyimpan, mengidentifikasi dan mengirimkan produk. Secara tradisional fungsi primer kemasan adalah untuk memuat dan melindungi produk. Namun dalam beberapa waktu terakhir ini, banyak faktor-faktor yang membuat pengemasan menjadi alat pemasaran yang penting. Sejalan dengan semakin meningkatnya persaingan, kemasan perlu didesain agar menarik perhatian, menjelaskan produk dan bahkan meningkatkan penjualan. Para pengusaha menyadari kemasan mempengaruhi konsumen untuk mengenal perusahaan atau merek dengan cepat.

Pengemasan yang inovatif memberikan keunggulan pada perusahaan terhadap para pesaingnya. Sebaliknya kemasan yang dirancang asal-asalan dapat menyebabkan konsumen tidak tertarik dan menurunkan penjualan produk. Mengembangkan kemasan yang baik terutama untuk produk baru memerlukan banyak pertimbangan, antara lain: perusahaan harus menyusun konsep pengemasan yang menyatakan bagaimana pentingnya kemasan bagi produk, apakah hanya berfungsi memberi perlindungan pada produk atau memperkenalkan metode pengemasan yang baru. Untuk selanjutnya memutuskan mengenai unsur spesifik dari kemasan, seperti ukuran, bentuk, bahan, warna, teks dan merek dagang. Berbagai elemen harus bekerjasama untuk mendukung

posisi produk serta strategi pemasaran. Kemasan harus konsisten dengan iklan, penetapan harga dan distribusi produk.

Pengemasan adalah suatu proses memberi wadah atau pembungkus suatu produk. Kemasan merupakan desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Secara umum kemasan dibedakan berdasarkan dua fungsi yakni fungsi protektif dan fungsi promosi.

Fungsi protektif yaitu fungsi kemasan sebagai pelindung atau keamanan produk dari sesuatu yang dapat merusaknya seperti cuaca atau pada proses distribusi. Sedangkan fungsi promosi, kemasan menjadi media promosi atau pemasaran, dengan cara mendesain kemasan semenarik mungkin dari berbagai sisi seperti warna, desain, ukuran dan sebagainya. Secara spesifik, kemasan memiliki fungsi antara lain sebagai berikut (Rahmawati, 2013) :

1) Sebagai wadah atau tempat.

Yaitu untuk memudahkan penyimpanan produk yang berupa tepung – tepungan, butiran, cairan dan gas agar tidak berserakan dan memudahkan pekerjaan bila akan dipindahkan atau diangkut.

2) Sebagai pelindung

Disamping sebagai pelindung bagi produk yang dikemas, kemasan juga berfungsi untuk melindungi lingkungan sekitar produk. Bahan kemas yang akan dipilih tergantung dari sifat – sifat produk serta kemampuannya untuk melindungi produk yang akan dikemas. Bahan dan bentuk kemasan yang tidak memenuhi persyaratan akan menurunkan kualitas produk yang dikemas dan bila terjadi kebocoran dapat menimbulkan malapetaka seandainya produk yang dikemas adalah racun atau produk yang mudah terbakar. Untuk melindungi produk dari air/udara, misalnya produk kering seperti Calsium karbida, maka kadar airnya harus rendah untuk menghindarkan terjadinya reaksi – reaksi kimia atau kerusakan yang ditimbulkan oleh mikroba dan bahan kemasan yang digunakan harus kedap air agar uap air tidak bebas keluar masuk kemasan. Produk yang mengandung zat volatil, seperti rempah – rempah, wangi – wangian atau produk yang mudah menyerap bau seperti susu, kopi maka digunakan kemasan yang mampu mencegah masuknya zat yang baunya tidak disenangi. Produk yang sensitif mudah bereaksi dengan oksigen, seperti makanan gorengan, dapat dipilih bahan kemasan yang tidak dapat ditembus oksigen, baik yang dihampa udarakan maupun kemasan yang diberi gas pengisi. Untuk melindungi produk yang mengalami proses karbonisasi seperti bir, coca cola, fanta dan sejenisnya harus dipilih kemasan yang kedap CO<sub>2</sub> dan mampu melawan tekanan yang ditimbulkan oleh adanya CO<sub>2</sub> dalam produk yang akan meningkat bila suhu produk meningkat atau terkocok. Untuk mengemas produk yang sensitif sinar atau cahaya seperti bir, film photo, obat – obatan dan sebagainya, dianjurkan menggunakan kemasan yang dapat menahan sebagian sinar sehingga kerusakan bahan tersebut dapat diperkecil. Namun konsumen kadang – kadang ingin tahu produk atau kemurnian produk yang dikemas, sehingga dalam hal ini perlu dicantumkan informasi tentang produk. Produk yang mudah diserang oleh serangga dapat dipilih jenis kemasan yang tahan terhadap gigitan serangga atau permukaannya dibuat sedemikian rupa sehingga tidak ada bagian – bagian yang dapat dijadikan pangkal tempat menggigit, misalnya sisi yang tajam dan lain-lain. Namun sebelum dikemas produk hendaknya diberi perlakuan yang dapat membasmi serangga. Sedangkan untuk bahan – bahan yang mudah pecah seperti gelas, keramik, telur dapat digunakan kemasan yang tahan terhadap benturan mekanik dan dapat mengurangi guncangan.

3) Sebagai penunjang cara penyimpanan dan transport.

Produk – produk yang akan dipasarkan biasanya tidak langsung dibawa dari pabrik ke pengecer, tetapi melalui saluran pemasaran yang agak panjang. Selain itu ada beberapa bahan yang harus disimpan dulu sebelum dijual untuk pengontrolan kualitasnya, sehingga kemasan harus dibuat sedemikian rupa agar efisien dalam menggunakan ruangan penyimpanan. Efisien yaitu memberikan perbandingan maksimum antara berat atau jumlah produk yang disimpan dengan persatuan luas dari bangunan untuk penyimpanan, sehingga makin tinggi penumpukan, makin tinggi juga efisiensinya. Kemasan harus dibuat selaras dengan kemajuan dalam bidang teknologi dan transportasi, bentuk dan ukurannya harus cocok dengan kemampuan dan ukuran alat – alat yang digunakan, misalnya produk akan diangkut dengan pesawat terbang, maka ukuran dan bentuk kemasannya harus sesuai dengan ukuran pintu pesawat terbang. Desain kemasan yang tepat akan menunjang transportasi untuk dapat dilakukan dengan cepat.

4) Sebagai alat persaingan dalam pemasaran

Langkah pertama dalam memasarkan suatu produk adalah menarik perhatian konsumen. Cara menarik ini diantaranya dengan menempelkan sesuatu yang menarik pada kemasan produk tersebut, misalnya gambar bayi yang sehat dan komposisinya bila yang dipasarkan makanan bayi. Bila langkah pertama telah berhasil,

maka peluang untuk memenangkan persaingan sudah menjadi lebih besar, selanjutnya tergantung pada produk itu sendiri, apakah harganya terjangkau, keadaannya sesuai dengan selera konsumen, kualitasnya baik sesuai dengan informasi/label yang telah diberikan.

### **Ciri-ciri kemasan yang baik**

Dalam memilih bentuk dan bahan kemasan yang akan digunakan, agar memenuhi syarat sehingga dapat berfungsi dengan baik, maka diperlukan beberapa pertimbangan antara lain (Rahmawati, 2013):

- 1) Tidak toksik  
Bahan kemasan tidak mengganggu kesehatan manusia secara langsung maupun tidak langsung, seperti kandungan Pb.
- 2) Harus cocok dengan bahan yang dikemas  
Kemasan yang dipilih harus cocok dengan produk yang dikemas, kalau salah memilih bahan kemasan maka akan sangat merugikan. Misalnya produk yang seharusnya dikemas dengan kemasan transparan, namun dikemas dengan bahan kemas yang tidak transparan sehingga bila konsumen ingin mengetahui isinya akan merusak segel dan hal tersebut sangat merugikan produsen.
- 3) Sanitasi dan syarat – syarat kesehatan terjamin  
Disamping bahan kemasan tidak toksik dan produk yang dikemas tidak menunjukkan kerusakan karena serangan mikroba, juga bahan kemasan tidak boleh digunakan bila dianggap tidak dapat menjamin sanitasi atau syarat – syarat kesehatan. Misalnya karung adalah kemasan yang paling banyak digunakan, namun penggunaan karung untuk mengemas produk yang dikonsumsi tanpa mengalami pencucian atau pemasakan terlebih dahulu merupakan hal yang tidak dibenarkan.
- 4) Dapat mencegah pemalsuan  
Yaitu kemasan juga berfungsi sebagai pengaman dengan cara membuat kemasan yang khusus sehingga sukar dipalsukan dan bila terjadi pemalsuan dengan cara menggunakan kemasan yang telah digunakan akan mudah dikenali.
- 5) Kemudahan membuka dan menutup  
Pada umumnya konsumen akan memilih produk dengan kemasan yang mudah dibuka, seperti kemasan tetra pack daripada kemasan botol yang lebih sukar dan memerlukan alat khusus untuk membuka tutupnya.
- 6) Kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi  
Kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi perlu dipertimbangkan, sehingga isi kemasan dapat diambil dengan mudah dan aman, atau dengan kata lain tidak banyak tercecer, terbuang atau tersisa di dalamnya.
- 7) Kemudahan pembuangan kemasan bekas  
Pada umumnya kemasan bekas adalah sampah dan merupakan suatu masalah yang memerlukan biaya cukup besar untuk penanganannya, misalnya kemasan – kemasan bekas dari bahan plastik. Bahan kemasan plastik tidak dapat hancur oleh mikroba dan bila dibakar akan menyebabkan polusi udara, terutama di negara – negara maju. Bahan kemasan yang terbuat dari logam, keramik dan bahan nabati tidak begitu menjadi masalah. Bahan logam dan kertas sebagian besar dapat diproses kembali. Bahan nabati seperti kayu dapat dipakai sebagai bahan bakar.
- 8) Ukuran, bentuk dan berat  
Ukuran kemasan berhubungan sangat erat dengan penanganan selanjutnya, baik dalam penyimpanan, transportasi maupun sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen. Biasanya kemasan disesuaikan dengan sarana yang ada, misalnya sebagai pengangkutnya adalah pesawat terbang, maka tinggi dan lebarnya tidak boleh melebihi ukuran pintu pesawat terbang yang akan mengangkutnya dan sebagainya. Ada kalanya kemasan didesain sedemikian rupa sehingga bentuknya sangat indah dan menarik, kadang – kadang dibuat untuk memberi kesan bahwa isinya lebih banyak dari kemasan lainnya yang serupa, misalnya botol yang ramping dibandingkan dengan botol yang pendek. Bentuk kemasan sangat mempengaruhi efisiensi penggunaan ruang penyimpanan, cara penyimpanan, daya tarik konsumen dan cara pembuatan serta bahan kemasan yang digunakan. Banyak konsumen yang berbelanja karena tertarik oleh kemasannya dengan bentuk yang aneh – aneh, misalnya bentuk oval/patung dan sebagainya lebih disukai. Pada umumnya produsen selalu berusaha untuk mengurangi berat kemasan yang digunakan karena dengan berkurangnya berat berarti energi yang dibutuhkan untuk transportasi akan berkurang pula sehingga akan menurunkan harga jual dari produk yang bersangkutan. Hal ini akan lebih menarik bagi konsumen, sehingga dapat diharapkan untuk memenangkan persaingan.
- 9) Penampilan dan pencetakan

Kemasan harus memiliki penampilan yang menarik bila ditinjau dari segala segi, baik dari segi bahan, estetika maupun dekorasi. Dalam hal ini produsen harus tahu dengan tepat ke lokasi mana produk akan dipasarkan. Karena selera masyarakat berbeda – beda. Masalah pencetakan sangat erat hubungannya dengan dekorasi dan label yang merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen, leveransir maupun pengecer. Beberapa bahan ada yang perlu mengalami pencetakan label dan tambahan dekorasi sehingga bahan kemasan harus memiliki sifat mudah menerima pencetakan dan hasilnya dapat dipertahankan, tidak luntur atau hilang.

10) Biaya rendah

Salah satu cara untuk mempertahankan produk tersebut terjangkau oleh daya beli konsumen adalah menurunkan biaya pengemasan sampai batas dimana kemasan masih dapat berfungsi dengan baik. Hal ini penting karena konsumen akan melakukan pemilihan terhadap produk yang sama yang ditawarkan dengan harga yang lebih rendah.

11) Syarat khusus

Selain syarat – syarat yang telah disampaikan, masih ada syarat – syarat khusus yang perlu diperhatikan, misalnya iklim daerah pemasaran yaitu tropis, subtropis, kelembabannya dan lain – lain.

### **Bahan Kemasan**

Bahan – bahan yang dapat digunakan untuk keperluan mengemas produk bermacam – macam tergantung kepada jenis produk yang akan dikemas. Untuk menentukan bahan kemasan yang sesuai untuk suatu produk *agro-industri*, perlu diketahui jenis – jenis dan sifat – sifat dari bahan kemasan tersebut, antara lain (Rahmawati, 2013):

1) Kayu

Kayu memiliki tempat yang penting dalam pengemasan, khususnya untuk mengemas benda – benda yang berbobot besar dan mudah rusak. Kayu merupakan bahan alami, sehingga mempunyai sifat yang tidak seragam, namun dapat dipilih dan diolah untuk dijadikan bahan kemasan. Kemasan yang dibuat dari bahan kayu cocok digunakan untuk membuat kemasan dalam jumlah yang kecil, namun sebaliknya bahan ini tidak ekonomis bila digunakan untuk mengemas bahan – bahan kecil dalam jumlah besar. Kemasan yang dibuat dari kayu lebih baik dari bahan kemasan lainnya bila diinginkan kekakuan, kekuatan menumpuk yang baik, perlindungan yang baik pada waktu pengapalan untuk mengemas produk yang bersangkutan, namun kemasan kayu tidak kedap uap air, biayanya cukup tinggi, waktu menyusun lambat, penampakan kurang menarik dan tersedianya tidak mudah. Disamping itu kemasan yang dibuat dari bahan kayu mendatangkan masalah yang besar karena memiliki volume yang besar. Kayu *lumber*, *veener* dan *plywood* sering digunakan untuk membuat *crate*, *nailled wood boxes*, *barrel* dan *hamper*.

2) Logam

Kemasan yang terbuat dari logam masih menempati bagian yang penting dalam bidang pengemasan, meskipun ada saingan yang sangat ketat dari kemasan yang terbuat dari plastik dan kertas. Hal ini disebabkan oleh karena logam mempunyai kekuatan mekanik yang baik sekali. Logam yang digunakan untuk membuat kemasan adalah baja dan kaleng logam. Kemasan yang terbuat dari bahan baja dapat menahan penanganan selama pengangkutan, dapat diisi, dapat disimpan tanpa menimbulkan banyak masalah dan sangat ekonomis untuk pemakaian jangka panjang karena dapat dipergunakan berulang – ulang. Kemasan yang terbuat dari baja digunakan untuk menyimpan dan pengiriman berbagai macam produk seperti asam, alkali, pelarut organik, cat, vernis, pengencer, minyak saos, sirup, buah – buahan yang diawetkan dan lain – lain. Disamping itu kemasan dari bahan baja dapat dipergunakan untuk mengemas produk semi padat seperti tepung dan produk yang berbentuk serpihan. Kaleng logam tahan terhadap panas, dingin, uap lembab dan dapat menahan produk yang kasar selama transportasi dan penyimpanan. Kaleng logam dibuat dari suatu plat baja dengan lapisan timah di kedua sisinya. Kaleng logam ini dapat digunakan terutama untuk mengemas produk makanan dengan daya korosi yang sangat tinggi atau tergantung dari tipenya, antara lain; *fosfor*, *silikon*, *coppec*, *nikel*, *kromanium* dan lain – lain *sampai batas yang paling minimal yang dapat dilakukan*.

3) Gelas

Gelas dibuat dengan mencampur pasir dengan soda abu, kapur atau campuran alkali lainnya. Kemasan yang terbuat dari bahan gelas akan terus menarik bagi industri pengemasan, karena gelas mempunyai kelebihan – kelebihan yang tidak didapatkan dari bahan – bahan kemasan lainnya. Beberapa keuntungan pemakaian bahan kemasan dari gelas, antara lain: dapat dibentuk dengan berbagai macam desain dapat diwarnai dengan berbagai macam warna, sesuai dengan kebutuhan produk yang akan dikemas.

a) bersifat transparan dan produk yang dikemas dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen

- b) tidak mempengaruhi produk yang dikemas
- c) kedap terhadap gas, uap air dan bau
- d) memberikan keawetan aroma, rasa dan warna produk yang dikemas
- e) kemasan yang terbuat dari gelas di-sterilisasi dan di-vacuum
- f) tahan terhadap perubahan suhu rendah dan tinggi, dengan catatan suhu tersebut tidak berubah secara cepat

Disamping keuntungan dari bahan gelas, ada beberapa kelemahannya antara lain;

- a) bersifat rapuh
- b) mudah pecah bila permukaannya tergores dan bila kena benturan.

Kemasan gelas digunakan untuk mengemas produk makanan, obat – obatan, minuman, bahan kimia dan bahan kosmetik.

#### 4) Kertas

Kertas dibuat dari serat *selulosa* dan merupakan bahan penyerap tinta, dapat digunakan untuk menulis, membungkus dan mengemas. Pada umumnya kertas dikelompokkan menjadi 2 kelompok besar yaitu; kertas kultural atau halus dan kertas industri atau kasar. Kertas kultural terdiri atas kertas cetak dan kertas tulis. Kertas cetak dibagi kedalam kertas putih, kertas cetak berwarna, kertas gambar, kertas offset dan sebagainya. Sedangkan kertas tulis dibagi kedalam kertas cek, kertas buku tulis, kertas cetak ketikan dan sebagainya. Kertas industri umumnya terdiri dari kertas untuk membungkus dan mengemas, misalnya kertas kraft, kertas manila, kertas glassin, kertas kedap lemak, kertas anti-tornish, kertas permanen, kertas pouch, kertas tissue, kertas krep, kertas lilin, kertas tahan basah dan sebagainya. Manfaat kertas dalam industri pengemasan, antara lain ; sebagai kantong, amplop, mengemas produk yang akan dikapalkan, mengemas perak, photographi, mengemas produk farmasi, dapat menjaga flavour produk yang dikemas, mengemas keju, untuk tujuan dekorasi dan sebagainya tergantung dari jenis kertas yang digunakan.

#### 5) Papan kertas

Papan kertas adalah lembaran kertas yang mempunyai ketebalan 0.0091 – 0.030 *inch*. Papan kertas terdiri atas beberapa tipe yang berbeda sesuai dengan tujuan penggunaannya. Tipe – tipe tersebut antara lain; *container board, box board, straw board, mill board, pulp board, manila board* dan *printer's board*. Manfaat papan kertas antara lain dapat digunakan untuk mengemas produk yang akan dikapalkan, dibuat kotak, dibuat kemasan berbentuk karton lipat, dibuat *cover* buku, mengemas makanan, sepatu dan sebagainya.

#### 6) Plastik

Kemasan plastik juga menempati bagian yang sangat penting dalam industri pengemasan. Kelebihan plastik dari bahan – bahan kemasan lainnya, antara lain; harganya relatif lebih murah, dapat dibentuk berbagai rupa, warna dan bentuk relatif lebih disukai konsumen, mengurangi biaya transportasi. Namun plastik mempunyai kelemahan yaitu umumnya tidak tahan terhadap temperatur tinggi. Secara garis besar plastik dapat dibedakan atas 2 tipe yaitu *thermoplastik* ( dapat dilunakkan berulang kali dengan menggunakan panas ) dan *termoset* ( tidak dapat dilunakkan oleh panas ). *Thermoplastik* yang digunakan dalam industri pengemasan adalah *polyethylene, polypropylene, polystyrene, polyvinyl chlorida, acrylic* dan *acilonitrile-butadiene-styrene*. *Termoset* yang biasa digunakan dalam industri pengemasan adalah *phenol-formaldehydene, melamike- formaldehydene* dan *urue-formaldehydene*. Penggunaan kemasan plastik tersebut berbeda – beda tergantung dari tipe plastiknya, antara lain dapat digunakan untuk pembuatan kotak bagasi, helm, suku cadang, repisigerator, untuk mengemas kosmetik, elektronik, perlengkapan otomobil, untuk mengemas bahan kimia yang membutuhkan ketahanan kimia tinggi, digunakan dalam industri pesawat terbang, mengemas produk yang mengandung minyak dan sebagainya.

#### 7) Film

Film didefinisikan sebagai lembaran fleksibel, yang tidak berserat dan tidak mengandung bahan metalik dengan ketebalan kurang dari 0.01 *inch* atau 250 *mikron*. Film terbuat dari turunan *selulosa* dan sejumlah *resin thermoplastik*. Film terdapat dalam bentuk roll, lembaran dan tabung. Beberapa kemasan yang terbuat dari film antara lain; *selopan, polyethylene, polypropylene (pp), polystyrene (ps), polyvinyl chlorida (pvc), polyester, polyviniliden chlorida (saran), nilon, selulosa asetat, karet hidroklorida, metil selulosa, kloro-trifluoro-etilena (CTFE), polycarbonate, evakopolimer, fluorokarbon dan polyuretane*. Kemasan film dapat digunakan sebagai pembungkus, kantong, tas dan sampul, mengemas tembakau, biskuit, kabel, tekstil, pupuk, pestisida, obat – obatan, mentega, produk kering untuk para astronout dan sebagainya.

#### 8) Foil

Foil adalah suatu lembaran dari bahan logam yang mempunyai ketebalan kurang dari 0.15 *mm*. Kemasan ini mempunyai posisi yang penting dalam pengemasan, karena permukaannya yang mengkilap dan menarik

untuk dipandang. Foil yang mempunyai ketebalan antara 0.0375 – 0.1125 mm digunakan untuk membuat kemasan semi kaku. Aluminium foil mempunyai sifat kedap air yang baik, permukaannya dapat memantulkan cahaya sehingga penampilannya menarik, permukaannya licin, dapat dibentuk sesuai dengan keinginan dan mudah dilipat, tidak terpengaruh oleh sinar, tahan terhadap temperatur tinggi sampai di atas 290° C, tidak berasa, tidak berbau, tidak beracun dan higienis. Kemasan foil dapat digunakan untuk mengemas roti, makanan beku, obat – obatan, bahan farmasi, bahan kimia, makanan yang higroskopis, jam, selai dan saos. Bila digunakan untuk mengemas makanan biasanya foil diletakkan pada bagian dalam, namun bila untuk tujuan dekoratif maka foil diletakkan pada bagian luar.

### **Desain dan bentuk Kemasan**

Bentuk kemasan dapat digolongkan menjadi 3 golongan besar, yaitu: kaku, semi kaku dan fleksibel. Kemasan kaku adalah kemasan yang tidak tahan terhadap benturan, akan tetapi keras. Bentuk – bentuk kemasan dapat digolongkan lagi berdasarkan bahan kemasan yang digunakan, antara lain ; dari kayu: *nailed box, wire bound box, crate, basket dan barrel*. dari logam: *drum, pail, kaleng logam dan colapsible tube*; dari gelas: *botol, jar, tumbler, jug, carboy, vial dan ampul*. Kemasan semi kaku adalah kemasan yang bentuknya tidak dipengaruhi oleh bentuk produk kemasannya, namun dapat ringsek bila diberikan tekanan yang berlebihan. Contohnya: wadah aluminium, *folding carton, set-up box* dan sebagainya.

Kemasan fleksibel adalah kemasan yang bentuknya dapat berubah – ubah sesuai dengan bentuk produk yang dikemasnya. Beberapa bentuk kemasan fleksibel antara lain: kantong kertas, kantong ber dinding banyak, kantong plastik, karung plastik dan sebagainya. Dalam industri pengemasan juga dikenal adanya *coating* dan *laminasi*. *Coating* adalah pelapisan bahan kemasan dengan berbagai macam bahan seperti *resin, plastik dan wax* dengan tujuan sebagai pelindung dan dekorasi. Sedangkan *laminasi* adalah kombinasi dari 2 atau lebih lapisan kertas, foil dan kain digabungkan dengan bantuan perekat dengan menggunakan panas atau tekanan. Proses laminasi yang utama yaitu: laminasi basah, laminasi kering, laminasi panas, laminasi cair dan laminasi ekstruksi.

### **Permasalahan Mitra**

Salah satu persoalan penting yang dihadapi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di DIY adalah kemasan produk. Mayoritas pengusaha bisnis kecil, menengah dan skala rumahan belum memahami arti pentingnya kemasan, hal ini dikarenakan ada sebagian yang memiliki persepsi bahwa yang penting isi atau kualitas produknya, kemasan tidak dianggap penting karena pada akhirnya akan dibuang, tanpa kemasan yang bagus produk sudah laku, dan seterusnya. Sebagian lainnya menganggap kemasan menjadikan harga produk mahal, karena dibutuhkan tambahan biaya untuk membeli alat-alat kemasan. Selama ini masih banyak yang memilih kemasan biasa-biasa saja untuk menekan harga produk. Masih kurangnya kesadaran UMKM akan pentingnya kemasan produk, baik itu produk makanan, minuman maupun ragam produk lainnya menjadikan tampilan produk kurang menarik minat konsumen untuk membeli. Kemasan pada dasarnya memiliki fungsi selain melindungi produk itu sendiri juga menjadikan tampilan produk menarik, berbeda dengan produk pesaing dan kemasan yang lebih baik akan meningkatkan nilai jual produk.

Masalah kemasan produk masih menjadi salah satu titik lemah pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Permasalahan rendahnya kesadaran akan pentingnya kemasan tersebut juga disebabkan masih terbatasnya pemahaman pelaku UMKM akan pentingnya citra, kualitas dan tampilan kemasan. Kemasan merupakan elemen penting dalam meningkatkan daya saing produk. Berdasarkan fakta, sebagian besar kemasan produk UMKM tidak *marketable*, dibandingkan produk-produk dari perusahaan bermodal besar, sehingga nilai jual dan daya saing rendah (Kurniawan, 2023).

Masalah kemasan memang masih menjadi persoalan dalam bersaing dengan industri besar yang memiliki desain lebih baik dan biaya lebih efisien (Sandi, 2023). Pentingnya kemasan pada produk, tidak saja sebagai pembeda namun kemasan diibaratkan seperti penjual tanpa bicara karena menjadi daya tarik pertama bagi konsumen untuk menentukan pilihannya dalam membeli produk. Demikian halnya pada produk kerajinan, dahulu kerajinan dianggap sakral dan milik kolektif namun saat ini kerajinan bergeser menjadi produk yang bisa dimiliki perseorangan dan menjadi komoditi yang banyak diperjual belikan. Pengemasan merupakan salah satu hal terpenting dalam memasarkan produk kerajinan. Bahkan, hingga kini kemasan produk kerajinan sangat bervariasi bentuk dan macamnya.

Bantul merupakan salah satu Kabupaten di DIY yang banyak menghasilkan produk kerajinan, seperti kulit, kayu, tekstil dan keramik (gerabah). Produk kerajinan sangat menarik keindahannya namun dalam pengemasan seringkali kurang diperhatikan sehingga produk kerajinan tersebut memiliki tampilan kurang

menarik, kurang terlindungi dengan baik, padahal unsur-unsur tersebut penting untuk menambah estetika dan daya jual produk kerajinan. UMKM yang bergerak dalam produk kerajinan perlu memahami tujuan dan manfaat kemasan, antara lain sebagai berikut:

- a) Kemasan dibuat untuk memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan produk kerajinan, sebab dengan adanya pengemasan, produk dapat terlindungi perjalanannya dari produsen ke konsumen.
- b) Kemasan dibuat sebagai upaya mendukung program pemasaran. Melalui pengemasan yang unik, menarik, dan informatif, identifikasi produk menjadi lebih efektif sekaligus mampu mencegah terjadinya pertukaran dengan produk kerajinan lainnya.
- c) Kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba produsen atau pengrajin. Oleh sebab itu, pengrajin harus mampu membuat kemasan seestetik mungkin.
- d) Produk-produk yang dikemas biasanya lebih bersih, menarik dan tahan terhadap kerusakan yang disebabkan oleh cuaca atau hal-hal tak terduga lainnya.
- e) Kemasan merupakan satu-satunya cara pengrajin membedakan produknya dengan kerajinan lainnya.
- f) Kemasan yang menarik dapat memikat perhatian konsumen, sehingga mereka tertarik untuk membelinya.
- g) Kemasan dapat menambah nilai jual produk kerajinan.

Untuk menjawab permasalahan ini kementerian Koperasi dan UKM terus mendorong UMKM menerapkan standar minimal produk agar dapat bersaing, salah satunya dalam hal pengemasan yang memenuhi standar untuk mendorong pertumbuhan khususnya usaha kerajinan. Dalam peningkatan kualitas kemasan produk, para pengusaha UMKM memiliki beberapa kendala seperti pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan produknya, desain kemasan, ketersediaan bahan-bahan kemasan yang diperlukan dan jumlah minimal yang harus dibeli.

Becik Keramik merupakan salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan keramik di dusun Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul. Sampai sejauh ini desain kemasan masih dikelola dengan cara tradisional yang sederhana dan individual. Kemasan yang digunakan belum maksimal bahkan terkadang kurang memenuhi aspek estetika atau keindahan, faktor keamanan produk dan keamanan kemasan mengingat keramik rentan pecah. Pembelian alat kemasan dan bahan-bahannya masih skala kecil dan individual belum dikelola secara kolektif, hal ini berakibat harga per unitnya menjadi lebih mahal dan tidak efisien.

## 2. Metode Penerapan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah metode diskusi, *brainstorming* dan demonstrasi mengenai pengenalan bentuk dan desain kemasan. Apa yang dimaksud dengan metode diskusi dalam pengabdian ini, metode diskusi merupakan metode yang cara menyajikan informasi melalui diskusi dengan mitra berupa penjelasan langsung timbal balik antara personil pengabdian dengan mitra dengan mempresentasikan materi menggunakan lap top. Metode ini dipilih untuk menyampaikan berbagai informasi tentang pentingnya desain dan kemasan produk bagi UMKM. Pada saat diskusi dilakukan mitra dapat langsung bertanya dan mendiskusikan apa saja yang sekiranya belum jelas kepada nara sumber tanpa harus menunggu dan berlangsung secara interaktif. Dalam pelaksanaan metode ini, Pelaksanaan metode diskusi didukung dengan Lap Top untuk membantu menayangkan point-point materi dengan gambar-gambar yang menarik dan tayangan video contoh-contoh kemasan yang menarik, unik dan bagaimana proses pengemasan dilakukan terutama untuk usaha kecil menengah. Akhir diskusi dilanjutkan dengan evaluasi untuk memperjelas sejauhmana mitra memahami diskusi tersebut. Adapun tahapan metode pelaksanaan dari pelatihan kemasan yang dilakukan di Becik Keramik, Dusun Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul, sebagai berikut:

- a) Pertemuan dengan pemilik dan karyawan Becik Keramik
- b) Mengemukakan peluang dan permasalahan yang terkait dengan pengembangan UMKM
- c) Mengedukasi pentingnya desain dan kemasan
- d) Mendemonstrasikan contoh-contoh kemasan yang baik
- e) Merancang Langkah-langkah tindak lanjut terbentuknya sinergi dengan pengrajin lainnya



### 3. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengenalan desain dan kemasan produk Becik Keramik, Dusun Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul telah dilaksanakan pada hari Sabtu, 9 September 2023. Kegiatan dilaksanakan di tempat kerja mitra. Kegiatan pengabdian dimulai dengan terlebih dahulu memperkenalkan diri kepada pemilik yaitu mas Ahmad Kurnia Timur, kemudian dilanjutkan dengan memperkenalkan personal pengabdian yaitu Ibu Uswatun Chasanah dan Bapak M. Mathori sekaligus menyampaikan terkait kegiatan pengabdian, maksud dan tujuan serta keluaran yang diharapkan. Acara dilanjutkan secara informal berupa diskusi ringan, sharing pengalaman dan meninjau produk kerajinan yang dihasilkan Becik Keramik. Produk yang dihasilkan berbagai macam baik jenis dan ukuran, namun semua berbahan baku utama keramik dengan target pasar resto, kafe dan masyarakat umum. Produk yang dihasilkan memiliki desain unik seperti cangkir dan alasnya, piring dengan berbagai model, ukuran dan warna. Berikut beberapa contoh produk Becik Keramik sebagaimana pada Gambar 1 dan 2:

Gambar 1: Macam Produk Becik Keramik



Gambar 2: Produk cangkir ekspor



Selama ini produk Becik keramik masih diproduksi oleh pemilik dan dibantu rekan yang bukan pekerja tetap. Pemasaran selain di Jawa juga di Sumatra dan pernah ekspor ke Negara Qatar. Pemasaran memang belum kontinyu demikian juga produk yang dibuat biasanya menyesuaikan apabila ada pesanan (*by order*), hal ini dikarenakan permasalahan klasik UMKM yaitu permodalan dan pemasaran. Masalah terkait dengan kemasan produk memang dirasakan oleh pemilik Becik, karena sifat produk yang dihasilkan rentan pecah. Selama ini kemasan produk menggunakan karton daur ulang dengan pertimbangan harga material yang lebih murah namun punya kelemahan bau kemasan tidak enak dan terkadang ketebalan karton tidak rata ada yang tipis ada yang tebal. Pemilik hingga kini masih mencoba-coba berbagai bahan kemasan yang aman, ramah lingkungan dan berbiaya rendah.

Diskusi dengan pemilik (mitra) berlanjut dengan mendiskusikan berbagai macam kemasan, pentingnya kemasan, bahan-bahan yang dipakai untuk kemasan produk kerajinan khususnya keramik. Materi dilanjutkan

dengan memperkenalkan berbagai teknologi dan inovasi kemasan yang berkembang saat ini dan produk UMKM meskipun sederhana perlu memperhatikan pentingnya kemasan untuk keamanan, ramah lingkungan dan kemenarikan produk di mata konsumen.

Dalam diskusi juga disampaikan bahwa kemasan tidak hanya sekedar wadah atau pembungkus produk, namun memiliki beberapa kegunaan (fungsi). Kemasan memiliki banyak fungsi baik fungsi protektif maupun fungsi promosi. Fungsi protektif yaitu fungsi kemasan sebagai pelindung dari sesuatu yang dapat merusak produk, baik itu makanan, minuman atau produk lainnya. Perlindungan ini sangat penting untuk menjaga kualitas produk dari perubahan cuaca juga pada waktu produk didistribusikan kepada pembeli. Adapun fungsi promosi adalah fungsi kemasan sebagai media promosi pemasaran, di dalam kemasan dapat menyebutkan merek produk, kadaluarsa, dan kata-kata iklan lainnya. Fungsi promosi dibuat semenarik mungkin dari berbagai sisi baik komposisi warna, model, gambar, ukuran dan lain-lainnya. Selanjutnya dijelaskan berbagai ciri-ciri kemasan yang baik, antara lain bahwa kemasan harus aman dan sehat (terhindar dari toxin), mudah dibuka dan ditutup, dapat dikenali identitas produknya, indah tampilannya, menyertakan informasi tentang produk dan izin dari pihak-pihak terkait.

Pemilik menyadari bahwa kemasan memang sangat penting artinya tidak hanya sekedar bungkus yang akan dibuang namun memiliki manfaat lainnya yang bisa didaur ulang menjadi produk lain seperti tempat penyimpanan, tempat pensil, pulpen, dll. Secara garis besar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik karena muncul kesadaran bahwa perlu memperhatikan bahkan mengimplementasikan kemasan produk yang baik, menarik, sehat, ramah lingkungan sehingga kedepan diharapkan produk akan semakin meningkatkan minat pembeli. Selanjutnya dilakukan identifikasi Langkah berikutnya, berdasarkan hasil tanya jawab dan diskusi dengan pemilik diharapkan segera dapat di tindak lanjuti dengan inovasi-inovasi kemasan yang bisa disosialisasikan secara berkala pada pengusaha kecil yang ada di wilayah tersebut. Adapun solusi dan target luaran yang ditawarkan terkait dengan masalah kemasan produk di Becik Keramik, Tegal Senggotan, Tirtonirmolo, Kasihan, Bantul adalah pelatihan tentang bagaimana mendesain dan membuat kemasan dengan sasaran jangka panjang terbentuknya sinergi antar pengrajin agar dapat kreatif dalam mendesain dan membeli bahan-bahan kemasan secara kolektif dan ekonomis agar lebih efisien dalam produksi dan memiliki nilai jual yang bagus. Harapannya akan ada sinergi berupa stimulan dari Dinas Kementerian Koperasi dan UMKM dan dinas-dinas serta perusahaan yang terkait untuk mendukung pengadaan peralatan dan kontinuitas pendampingan untuk para pengrajin. Secara spesifik target luaran yang dicapai dari kegiatan ini adalah:

- a) Penggiat UMKM mengetahui apa yang dimaksud dengan kemasan dan macam-macam kemasan.
- b) Penggiat UMKM mengetahui pentingnya kemasan untuk daya saing.
- c) Penggiat UMKM mampu mendesain kemasan yang menarik
- d) Terbentuk sinergi yang ekonomis dan kompetitif.

#### **4. Kesimpulan dan Saran**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat pengenalan desain dan kemasan produk pada Becik Keramik, Bantul dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a) Pengenalan dan pelatihan desain dan kemasan produk UMKM dapat meningkatkan kesadaran mitra akan pentingnya mengelola kemasan produk yang lebih baik, lebih bersih, lebih sehat dan lebih menarik.
- b) Kegiatan ini didekati dengan metode diskusi, sharing pengalaman untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mitra.
- c) Sosialisasi inovasi kemasan dapat ditindak lanjuti menjadi wadah media belajar bagi para pengusaha kecil untuk meningkatkan pemahaman dan praktik membuat kemasan.

##### **Saran**

- a) Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat ditindaklanjuti, didampingi dan selanjutnya dapat terbuka kemitraan yang lebih luas yang bermanfaat bagi mitra juga pengusaha UMKM sekitar.
- b) Guna mendukung pengusaha kecil dan UMKM lebih berdaya kegiatan ini dapat dilanjutkan di tempat lain.

##### **Sumber Dana**

Sumber dana dari kegiatan ini diambil dari alokasi dana untuk tridharma kampus Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha, yaitu dari pos untuk pengabdian masyarakat.

**Daftar Pustaka**

- [1] Dataku (2019), Jumlah UKM di DIY, [Bappeda.jogjaprovo.go.id](http://Bappeda.jogjaprovo.go.id)
- [2] Editor content (2022) “Didukung Jadi Tulang Punggung Ekonomi”  
<https://radarjogja.jawapos.com/jogja/65757924/didukung-jadi-tulang-punggung-ekonomi>
- [3] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- [4] Kurniawan, Harso (2023), “Kemasan Produk, Titik Lemah Daya Saing Pelaku UMKM”,  
<https://investor.id/business/342585/kemasan-produk-titik-lemah-daya-saing-pelaku-umkm>.
- [5] Rahmawati, Fitri (2003), Materi Pelatihan Kewirausahaan bagi Kelompok UPPKS dna BPPM DIY: Pengemasan dan Pelabelan, Yogyakarta 9-11 September
- [6] Sandi, Fajar Billy (2019), “5 Permasalahn UMKM yang sering terjadi di Indonesia dan Solusinya”, <https://www.online-pajak.com/permasalahan-umkm>
- [7] Sandi, Ferry (2023), “Terungkap Biang Kerok Produk UMKM Sering Kalah Saing, Ini Dia”, <https://www.cnbcindonesia.com/news/20231006171643-4-478593/terungkap-biang-kerok-produk-umkm-sering-kalah-saing-ini-dia>.
- [8] Sarimonang Sihombing dan Darna Sitanggang (2018), “Analisis Desain produk dan Jasa”, *JRAK*, Vol. 4 No. 2, September 2018, Hal. 137-156
- [9] Tomi Sujatmiko (2023), “ Nasib UMKM di era Revolusi Industri 4.0”
- [10] <https://www.krjogja.com/opini/1242957161/nasib-umkm-di-era-revolusi-industri-40>
- [11] Tjiptono, Fandy (1997), *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: Andi Offset
- [12] Umdiana, Nana, Sri Suprihatin, Neneng dan Kodriyah (2018), “Pengembangan UKM Melalui Desain Produk dan Kemampuan Bersaing”, *Sembadha*, 2018, Volume 01, Edisi 01.