
PPM PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN USAHA *HOME INDUSTRI* MOCHI MOCI DI SIDOARJO

Fitriya Gemala Dewi, Ong Andre Wahyu Rijanto, Krisnadhi Hariyanto

^{1,2,3}Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Putra

[¹fitriyagemala@uwp.ac.id](mailto:fitriyagemala@uwp.ac.id), [²ongandre@uwp.ac.id](mailto:ongandre@uwp.ac.id), [³krisndi@uwp.ac.id](mailto:krisndi@uwp.ac.id)

Abstrak

Pengemasan merupakan hal yang penting dalam memasarkan suatu produk. Kemasan yang digunakan pada usaha mochi milik bu Rita masih sangat sederhana sehingga sulit dipasarkan. Artinya desain kemasan harus dikembangkan, karena dengan fungsi kemasan yang sempurna akan memudahkan perluasan pasar. Hal yang menjadi kesadaran adalah upaya peningkatan pelanggan, dimana untuk mencapai tujuan tersebut memerlukan inovasi dengan melakukan pengembangan pada desain produk. Kegiatan ini diberikan dalam bentuk pemberian materi, *focus group discussion*, dan pendampingan dalam bentuk observasi, ceramah, tanya jawab, diskusi dan praktik langsung sehingga dapat mengembangkan desain kemasan produk yang lebih kreatif dan inovatif. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas dalam pengemasan produk "Industri rumahan kue mochi" dan memberikan pelatihan pada masalah yang dihadapi yaitu modal kerja terbatas dan sistem pemasaran yang pasif. Solusi yang ditawarkan adalah meningkatkan kualitas dan pengemasan produk, memperluas jaringan mitra pemasaran, dan meningkatkan keterampilan manajemen mitra melalui pelatihan.

Kata Kunci : Pelatihan, Desain Kemasan, Pengemasan, Pemasaran

PENDAHULUAN

Pengemasan produk Mochi Rita hanya menggunakan kemasan plastik standar tanpa fungsi kemasan yang lengkap. Dengan fitur kemasan yang sangat sederhana yaitu logo mochi moci terlihat tidak menarik sehingga sulit dipasarkan. Artinya desain kemasan harus dikembangkan, karena dengan fungsi kemasan yang sempurna akan memudahkan perluasan pasar produk mochi moci. Untuk pemesanan dalam jumlah besar, kemasan sekondernya hanya berupa plastik besar, sehingga tidak mencerminkan keunikan dan identitas produk mochi moci.

Kondisi ini membatasi mochi moci untuk memasuki pasar baru yang mengakibatkan mochi moci terus mencari pasar baru serta akan menghadapi persaingan dari perusahaan lain yang

sudah ada. Salah satu upaya yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin meningkat adalah pengembangan. Masalah dari survey ini adalah layak atau tidaknya untuk meluncurkan bisnis "Mochi Moci Home Industri". Tujuan yang dalam pelaksanaan ini adalah untuk menganalisis apakah sebuah perusahaan layak dari perspektif keuangan, pasar dan pemasaran.



Gambar 1 : Tampilan Mochi Tanpa Kemasan



Gambar 2 : Tampilan Sebelum Kemasan Mochi

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan dengan cara pendekatan ceramah, tanya jawab, diskusi, presentasi, pelatihan dan pengamatan langsung diantaranya adalah. pendekatan ceramah, pendekatan tanya jawab, pendekatan diskusi, pendekatan praktis dan pendelatan Observasi. Selain itu ad ada beberapa langkah pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, antara lain : Tahapan penyidikan, tahapan implementasi dan tahapan pemantauan dan evaluasi.

Adapun penjelasan tahapan pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

1. Langkah pertama :

Mitra berdiskusi tentang rencana pelatihan yang akan dilakukan dengan para tim pelaksana kegiatan. Pembahasan difokuskan pada konsep pelatihan, sehingga dapat menangkap permasalahan yang dihadapi mitra. Tim kegiatan Universitas Wijaya Putra sebagai pelaksana yang berhubungan langsung dengan UMKM sedikit banyak memahami permasalahan yang dihadapi mitra. Oleh karena itu, tim pelaksana kegiatan Universitas Wijaya Putra memberikan solusi dan

masukan terkait konsep dan materi yang berhubungan dengan produk mochi moci. Dari diskusi diketahui bahwa rata-rata pengusaha industri adalah ibu rumah tangga yang berusia di atas 40 tahun. Hal ini sendiri menjadi tantangan tersendiri bagi tim pelaksana kegiatan untuk menyampaikan materi yang telah disetujui oleh pemilik usaha. Dari hasil diskusi, pendekatan yang akan digunakan menjadi jelas, yaitu. pembelajaran dan tindakan partisipatif (PLA). Selain itu, tema yang diangkat adalah *good packaging* yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang kemasan yang menarik dan memasarkan produknya dalam skala yang besar atau skala nasional. Pengemasan yang baik mempunyai tujuan agar produknya dapat bersaing dengan produk daerah lainnya dan produknya dapat dijual di supermarket dan dipasarkan melalui toko yang ada. Selain itu disepakati bahwa semua materi pelatihan akan menggunakan *Microsoft Word* dengan bantuan berupa *text editor* yang dianggap mudah digunakan, sehingga diharapkan semua mitra memahami dan bmengerti dengan materi yang diberikan. Dalam mencapai tujuan ini memerlukan pengetahuan tentang teori dasar pengemasan, desain dan menggunakan aplikasi seperti *Microsoft Word*. Oleh karena itu selama pelatihan dibagi menjadi tiga bagian yaitu pelatihan, praktek dan pendampingan. Evaluasi hasil operasi juga dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan. Penilaian menggunakan metode penilaian empat tingkat yang terdiri dari tingkat reaksi, tingkat pembelajaran, tingkat perilaku dan tingkat hasil.

2. Langkah kedua :

Tahap pelatihan / pelaksanaan eedukasi. ini dirancang agar mitra memahami dan mengerti pentingnya teori dasar dalam desain dan pengemasan produk. Bagian ini mencakup cara pengemasan produk, fitur pengemasan, jenis pengemasan yang dirancang secara unik. Selain itu, ada juga tautan ke penjual yang menawarkan berbagai jenis produk. Langkah ini juga memberikan materi dan hal yang perlu diperhatikan sebelum merancang kemasan produk. Materi diberikan dalam bentuk pertanyaan agar mitra mengetahui konsep,

bentuk, ukuran dan bahan kemasan produk mereka dibuat. Materi ini selain untuk mengembangkan faktor desain produk agar nilai jual produk lebih tinggi. Proses pendampingan ini memberikan pelatihan teori dasar terkait pengemasan.

3. Langkah ke tiga :

Setelah memahami teori dasar, langkah selanjutnya adalah mempraktekkan *model packing* secara langsung dan bersama-sama. Untuk memudahkan pemahaman, pelaksanaan praktikan menggunakan materi yang sama yang diberikan oleh mitra berupa sketsa desain produk yang digunakan untuk pembelajaran langsung. Setelah sketsa dirancang, sketsa dicetak untuk dipergunakan. Pada tahap ini hasil cetak masih berupa *prototype* dengan menggunakan kertas HVS sebagai media cetaknya, pelaksanaan langkah-langkah praktis, dimana mitra mempraktekkan perencanaan kemudian memberikan pendampingan secara langsung. Tahap praktikan juga dilakukan dengan memberikan ilustrasi potret langsung kepada mitra. Berdasarkan sketsa, mitra perlu memahami letak, susunan dan bentuk desain sehingga tidak ada kesalahan desain, tampilan atau bentuk kemasan setelah dicetak.

4. Langkah ke empat :

Langkah-langkah pendampingan yang dibuat secara langsung oleh mitra yang membantu. Hal ini dilakukan agar mitra dapat terlibat dan berbicara langsung dengan tim pelaksana. Setelah semua mitra menyiapkan *packing plan*, beberapa mitra diminta untuk mencetak *packing plan* yang telah selesai. Hal ini dilakukan agar semua mitra lebih memahami konsep tampilan, dan bentuk yang dirancang sebelumnya.

5. Langkah ke lima :

Pada tahap ini evaluasi yang digunakan adalah empat tingkat yang digunakan untuk menentukan keberhasilan pelatihan pengabdian masyarakat ini yang terdiri dari empat tingkat yaitu respons, pembelajaran, perilaku, dan hasil. Tahap evaluasi ini adalah lebih komprehensif, lebih mudah diimplementasikan dan memiliki objek evaluasi yang terdiri dari proses, keluaran dan hasil. Untuk mendapatkan jawaban, empat level yang dijelaskan dalam kuesioner dengan

beberapa pertanyaan di setiap level. Kuesioner berisi pernyataan tanggapan pembelajaran empat tingkat dan pernyataan perilaku empat tingkat yang diberikan setelah menyelesaikan pelatihan. Pernyataan hasil empat tingkat pada diberikan setiap dua minggu pelatihan. Hal ini dikarenakan soal yang diberikan dapat diselesaikan dalam waktu tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Identifikasi Produk

Kemasan mochi moci dapat memberikan nilai tambah pada produk dan membantu konsumen mengidentifikasi produk yang bermanfaat bagi mereka. Selain itu, merek juga dapat mengatakan sesuatu tentang kualitas dan konsistensi produk. Oleh karena itu, perlu menciptakan kemasan yang menarik dan merepresentasikan identitas produk serta persepsi kualitas. Beberapa contoh kemasan yang baik dapat menjadi inspirasi dalam pengembangan kemasan produk yang baru. Fitur tambahan lainnya adalah penggunaan bahan plastik transparan untuk memperlihatkan kondisi dan bentuk produk, seperti apakah masih segar, bagus, atau bahkan berjamur. Branding memiliki tiga tujuan utama, yaitu identifikasi, penjualan ulang, dan penjualan produk. Tujuan utama branding adalah identifikasi, yang memungkinkan pemasar untuk membedakan produk mereka dari produk lainnya.



Gambar 3 : Hasil Produk Mochi

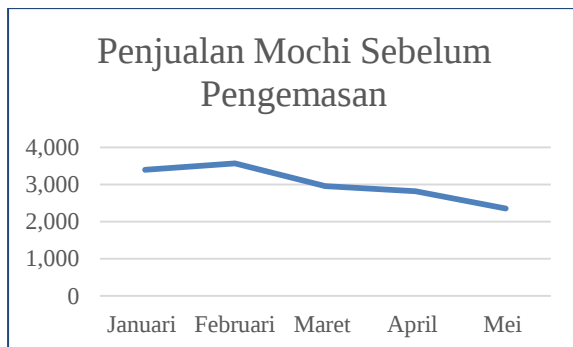
2. Peningkatan Segmentasi

Keistimewaan tambahan lainnya adalah penggunaan bahan plastik transparan untuk menunjukkan kondisi dan tampilan produk, seperti apakah produk masih segar, bagus, atau bahkan berjamur. Branding memiliki tiga

tujuan utama: identitas, penjualan kembali, dan penjualan produk. Branding adalah identifikasi, memungkinkan pemasar membedakan produknya dari produk lain. Banyak merek yang dikenal konsumen dan mewakili kualitas. Kemasan mewakili pemilik produk dan identitas produk lebih dari sekedar penampilan, yaitu positioning merek dan kualitas yang dirasakan. Keistimewaan lainnya adalah bahan plastik transparan yang menandakan apakah kondisi dan bentuk produk masih layak untuk dijual dan dikonsumsi.

Tabel 1. Data Awal Penjualan Mochi

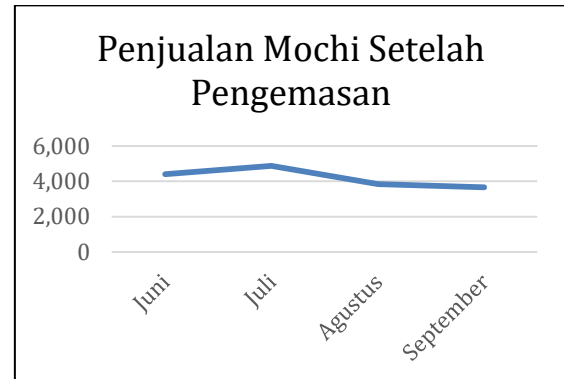
No.	Bulan	Penjualan (Unit)
1.	Januari	3.396
2.	Februari	3.573
3.	Maret	2.955
4.	April	2.824
5.	Mei	2.356
Jumlah		15.284



Gambar 4 : Diagram Penjualan Mochi Sebelum Pengemasan

Tabel 2. Data Perubahan Penjualan Mochi

No.	Bulan	Penjualan (Unit)
1.	Juni	4.414
2.	Juli	4.878
3.	Agustus	3.841
4.	September	3.671
Jumlah		16.804

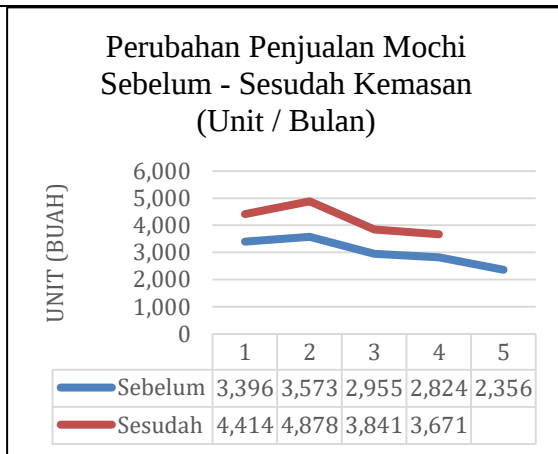


Gambar 5 : Diagram Perubahan Kemasan Penjualan Mochi

Penggunaan label atau kemasan dapat membuat calon pembeli lebih tertarik dan memudahkan mereka dalam memilih produk. Kebiasaan membeli konsumen umumnya terjadi secara spontan dan tidak terencana, kecuali pembeli dengan tingkat ketelitian yang tinggi. Label atau kemasan dapat menjadi daya tarik saat membeli barang habis pakai, begitu pula fitur kemasan produk. Kemasan berfungsi sebagai wadah, tempat penyimpanan, melindungi produk dari kontaminasi, menjaga rasa dan aroma, serta menjaga kebersihan produk.



Gambar 6 : Perubahan Pengemasan Mochi



Gambar 7 : Diagram Perubahan Penjualan Mochi Sebelum dan Sesudah Pengemasan

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis situasi dan permasalahan yang diuraikan, maka dapat disimpulkan :

1. kemasan mochi moci dapat memberikan nilai tambah pada suatu produk dan membantu konsumen mengidentifikasi produk yang bermanfaat bagi mereka. Selain itu, merek juga dapat mengatakan sesuatu mengenai kualitas dan konsistensi produk. Oleh karena itu, perlu diciptakan suatu kemasan yang menarik yang mewakili identitas produk dan kualitas yang dirasakan. Beberapa contoh kemasan yang baik dapat menjadi inspirasi dalam mengembangkan kemasan produk baru.
2. Keistimewaan tambahan lainnya adalah penggunaan bahan plastik transparan untuk menunjukkan kondisi dan tampilan produk, seperti apakah produk masih segar, bagus, atau bahkan berjamur. Kemasan mewakili pemilik produk dan identitas produk lebih dari sekedar penampilan, yaitu positioning merek dan kualitas yang dirasakan. Keistimewaan lainnya adalah bahan plastik transparan yang menandakan apakah kondisi dan bentuk produk masih layak untuk dijual dan dikonsumsi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada

Masyarakat (LPPM) Universitas Wijaya Putra serta segala civitas akademika Fakultas Teknik Universitas Wijaya Putra atas kerja samanya dalam memperlancar upaya pengadian tahun 2023 ini.

Seluruh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat ini menyadari kalau aktivitas PPM ini tidak bisa terlaksana dengan baik tanpa dukungan dari berbagai macam pihak yang berkepentingan. Terima kasih kami ucapkan kepada Ibu Rita dan seluruh pihak yang tidak bisa kami sebutkan satu persatu.

REFERENSI

- Agus, A. darmawan. (2022). Analisis Visual Desain Kemasan Kue Mochi Kaswari Lampion Sukabumi. *Jurnal Dasarupa: Desain Dan Seni Rupa*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v3i1.92>
- Amaliah, T. H. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Ramah Lingkungan pada Produk Limbah Plastik di Kawasan Teluk Tomini. *Mopolayio : Jurnal Pengabdian Ekonomi*, 02(November), 57–62.
- COMMED, J. (2017). Desain Produk Makanan Lokal Berbasis Industri Kecil Menengah. *Commed : Jurnal Komunikasi Dan Media*, 2(1), 13–24. <https://doi.org/10.33884/commed.v2i1.234>
- Hutami, R. (2017). Pembuatan Mochi Pelangi Dengan Subsitusi Tepung Talas Dan Pewarna Alami. *Jurnal Agroindustri Halal*, 1(2), 100–104. <https://doi.org/10.30997/jah.v1i2.365>
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono T, R. W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lemper Berbahan Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Nurhidayati, V. A., Rizkiriiani, A., Nuraeni, A., Maulana, C. A., Delyani, N. W., Nailina, N., & Syefani, dan T. A. (2022). *Pengembangan*

Mochi Tinggi Serat Dan Rendah Lemak Berbahan Dasar Tepung Beras Merah Dan Aneka Sayuran. 2(2), 55–64.

- Priyasmanu, T., Ruwana, I., & Djau, J. A. (2014). Analisa Kelayakan Pada Pendirian Usaha Micro Industri Rumahan “Pochi Mochi Bakery” Malang. *Industri Inovatif*, 4(1), 1–4.
- P, N. A., Najah, Z., Nurtiana, W., & Anggraeni, D. (2022). Penerapan Hazard Analysis Critical Control Point (HACCP) Pada Produksi Bontot: Pangan Lokal Banten. *Jurnal Teknologi Dan*

Industri Pertanian Indonesia, 14(1), 23–33.
<https://doi.org/10.17969/jtipi.v14i1.21654>