

Perancangan Label Kemasan Produk Olahan Gerit Duwet Polinema *Tortilla Chips* sebagai Media Promosi

Baroroh Lestari*, Arni Utamaningsih, Siti Nurbaya, Becik Gati Anjari dan Mahmudatul Himma

Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang, Jl. Soekarno Hatta No 9,
Malang, 65141, Indonesia

*Corresponding author: baroroh.lestari@polinema.ac.id

Submitted: 10-11-2022; Accepted: 08-03-2023

Abstrak

Masyarakat Dusun Petungsewu, Desa Duwet, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang merupakan penghasil olahan gerit berupa Duwet Polinema *Tortilla Chips* (Dupitos). Dupitos merupakan *tortilla chips* dengan bahan baku dasar jagung. Terdapat kelemahan dalam usaha tersebut, yakni mengemas hasil ke dalam label sederhana, membuat produk secara visual kurang berkesan bagi konsumen. Oleh karena itu, tujuan kegiatan adalah merancang label kemasan Dupitos sebagai media promosi. Kegiatan dilaksanakan mulai bulan April sampai November 2022. Metode dalam kegiatan ini menggunakan pengumpulan data dan analisis. Proses desain menggunakan teknik THINK. Kegiatan ini menghasilkan label untuk Dupitos. Desain label mengadopsi metode THINK untuk mendesain label setelah melakukan analisis SWOT. Kegiatan yang telah dilaksanakan di masyarakat Dusun Duwet Desa Petungsewu Kabupaten Tumpang mampu meningkatkan penjualan Dupitos. Hal ini dapat dilihat dari penjualan yang semula hanya 20 pak ukuran 100g per minggu menjadi 35 pak ukuran 100g dan 10 pak ukuran 250g per minggu.

Kata kunci: desain; Dupitos; label; Petungsewu

Abstract

The people of Petungsewu Hamlet, Duwet Village, Tumpang District, Malang Regency are producers of processed grits in the form of Duwet Polinema Tortilla Chips (Dupitos). Dupitos are tortilla chips made from corn. There are weaknesses in this effort, namely packaging results into simple labels, making the product visually less impressive to consumers. Therefore, the purpose of activity is to design a Dupitos packaging label as a promotional medium. This activity is carried out from April to November 2022. The method of activity uses data collection and analysis. The design process uses the Think technique. This devotional activity resulted in a label for Dupitos. The label design adopts the THINK method to design labels after conducting a

SWOT analysis. Activities that have been carried out in the Duwet Hamlet community, Petungsewu Village, Tumpang Regency have been able to increase Dupitos sales. This can be seen from sales, which were originally only 20 packs of 100g per week to 35 packs of 100g and 10 packs of 250g per week.

Keywords: design; Dupitos; label; Petungsewu

PENDAHULUAN

Kemajuan zaman telah membawa perkembangan dunia industri, dan terus berkembang dalam menanggapi kebutuhan konsumen yang beragam. Termasuk kebutuhan akan makanan ringan. Keripik tortilla adalah salah satu produk olahan jagung yang paling populer. Proses pengolahan produk ini sangat sederhana sehingga dapat membuka peluang usaha sebagai industri rumahan.

Salah satu UMKM yang terdapat di Desa Duwet adalah UMKM penghasil gerit jagung (beras jagung/empog dalam bahasa jawa) yang berlokasi di Dusun Petungsewu. Gerit jagung sendiri merupakan salah satu makanan tradisional. Diversifikasi produk yang dilakukan berupa keripik jagung/*tortilla chips* yang diberi nama Dupitos (Duwet Polinema *Tortilla Chips*). Produksi Dupitos ini didampingi pihak Politeknik Negeri Malang melalui dosen-dosen Jurusan Administrasi Niaga.

Potensi yang dimiliki oleh Dusun Petungsewu dengan pengolahan Dupitos ini cukup besar. Hal ini mengingat produk Dupitos merupakan cemilan sehat yang layak dikonsumsi semua usia. Dupitos adalah jenis makanan ringan olahan pangan yang mengandung berbagai zat yang dibutuhkan tubuh, termasuk mineral serta vitamin, dan juga dapat

berfungsi sebagai sumber energi.

Saat ini masyarakat mulai memahami tentang pentingnya mengkonsumsi makanan yang tidak sekedar untuk mencukupi kebutuhan akan rasa lapar, tetapi harus memenuhi syarat gizi yang diperlukan oleh tubuh. Kesadaran akan kebutuhan makanan sehat semakin meningkat. Kebutuhan ini termasuk kebutuhan olahan makanan jadi.

Hasil survei [Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang \(2022\)](#), menunjukkan bahwa rata-rata pengeluaran per kapita bulanan makanan jadi mengalami penurunan, yakni dari 145.303 pada tahun 2020 menjadi 142.191. Oleh karena itu, diperlukan olahan makanan jadi yang sehat sebagai upaya meningkatkan daya beli masyarakat akan makanan jadi. Salah satu makanan jadi tersebut adalah keripik tortilla.

Saat ini, pengemasan Dupitos masih menggunakan peralatan seadanya dan terbatas. Kemasan produk berperan sangat penting menentukan penerimaan konsumen dan menjaga kualitas produk ([Hasbullah et al., 2018](#)). Dupitos ini diharapkan mampu menjadi penghasil tambahan selain gerit bagi masyarakat Dusun Petungsewu Desa Duwet. Dengan demikian, mampu meningkatkan perekonomian di Dusun tersebut. Hal ini dikarenakan Desa Duwet masih

berada dalam kategori Desa miskin dengan angka kemiskinan mencapai 42,26% (Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang, 2022).

Salah satu teknik untuk memasarkan dan mempromosikan suatu produk adalah dengan melakukan pengemasan dan *labeling* produk agar menarik minat beli konsumen lebih luas lagi. Label merupakan hal yang penting dalam kemasan sebuah produk sebagaimana dikemukakan oleh (Hendrasty, 2013). Kajian empiris dan teoritis mendukung klaim pelabelan pada makanan mempengaruhi rasa percaya pembeli pada penghasil makanan, pengolah makanan, dan pengecer (Tonkin et al., 2016).

Selain itu dengan memberikan label, maka produk yang dijual akan menyajikan informasi berkaitan dengan produk dan produsen produk tersebut serta dapat menjadi daya tarik untuk suatu produk. Lebih lanjut Rosandi & Sudarwanto (2014), mengemukakan bahwa dengan memberikan label, maka dapat meningkatkan nilai jual dan penjualan dari suatu produk. Selain itu, label juga dapat mempengaruhi minat beli konsumen.

Yuliari & Riyadi (2015), menyatakan bahwa dengan menonjolkan kemasan produk itu sendiri secara visual, maka dapat meningkatkan nilai tambah produk tersebut. Hal ini tidak hanya membantu menjaga kualitas produk, tetapi juga berfungsi sebagai media untuk mempromosikan produk (Rosalina et al., 2012). Selain itu, perbaikan pelabelan kemasan dapat menyebabkan evolusi produk dan ekspansi ke bisnis yang berskala lebih

luas (Puryantoro, 2018).

Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan saat melakukan pengemasan produk. Lebih spesifik, kemasan yang unik, desain pengemasan produk kostum, bervariasinya kemasan dalam bermacam ukuran dan model, kemasan yang dapat digunakan kembali melalui pendaurulangan, dan ragam kemasan yang mencirikan konsumen (Apriyanti, 2018). Banyak UMKM yang bermasalah ketika tidak mampu memaksimalkan daya tarik kemasan produknya. Hal ini berarti pengemasan produk tetap dilakukan dengan sederhana (Yuliani & Widyakanti, 2020). Dalam hal teknik kemasan, pengemasan produk bukan selalu menjadi pengeluaran terbesar dalam proses produksi. Terdapat banyak cara yang bisa digunakan untuk peningkatan produk, salah satunya pengemasan dengan biaya murah misalnya, dalam proses penyegelan kemasan dapat menggunakan cara *heat sealing* (Tanjung & Maury, 2018).

Label memiliki peran yang sangat penting dalam komunikasi tersebut. Komunikasi pemasaran, mengenai merek mereka sendiri, merupakan komponen penting dari bisnis karena beberapa alasan: A) sebagai penunjuk arah yang efektif untuk pembelian berulang; B) sebagai penghalang masuk ke sektor ini, C) sebagai sumber pendapatan tambahan (Štefanić, 2018). Dengan label, konsumen memiliki pedoman dalam mengingat produk yang telah dibeli.

Hasil wawancara dengan masyarakat pembuat Dupitos sebagaimana dipaparkan dalam latar belakang, masalah yang dihadapi

dalam mengembangkan usahanya termasuk dalam aspek pemasaran. Hal ini terkait bagaimana merancang label yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan konsumen secara visual. Dengan demikian dibutuhkan label yang dapat melekat dalam ingatan konsumen, sehingga produk dapat dengan mudah diingat dan diterima konsumen. Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini adalah merancang label kemasan Dupitos sebagai media promosi.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan mulai bulan April sampai November 2022. Metode dalam kegiatan ini menggunakan pengumpulan data dan analisis. Dimana bahan yang digunakan untuk merancang label UMKM penghasil Dupitos berasal dari data yang dikumpulkan. Kemudian digunakan teori desain kemasan yang sebagaimana dinyatakan oleh Anwari et al., (2018).

Data utama diperoleh langsung sesuai hasil wawancara dengan masyarakat penghasil Dupitos. Data tersebut berisi informasi berkaitan penggunaan elemen-elemen yang diharapkan dan diinginkan oleh mitra agar dimuat dalam label. Sementara data pendukung yang digunakan berupa referensi yang mendukung dalam merancang label kemasan Dupitos sekaligus menjadi media promosi. Data ini diperoleh melalui kajian dari berbagai sumber artikel, jurnal, buku dan internet.

Analisis data pada kegiatan ini dilakukan dengan dua cara, yaitu SWOT dan THINK. Analisis SWOT (berkaitan dengan kekuatan produk,

kelemahan produk, peluang produk dan ancaman produk) digunakan sebagai cara untuk mengetahui dan memilih rancangan label yang sesuai dengan keinginan mitra. Selain itu menurut Cahyadi et al., (2014). analisis SWOT bisa pula dipakai untuk memilih taktik usaha menurut SWOT sebuah perusahaan. Kemudian tahap berikutnya adalah proses desain memakai metode THINK dimana model ini terdiri dari lima tahapan. Adapun kelima tahapan tersebut adalah *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test* yang dipakai sebagai acuan dalam melakukan desain atau merancang label. Dimana label yang dibuat wajib mempunyai tampilan yang membangkitkan minat konsumen, berisi informasi produk, melibatkan emosi konsumen melalui perasaan/emosi tertentu, serta berfungsi sesuai dengan label itu sendiri sebagaimana dikemukakan oleh Hartanto et al., (2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengumpulan Data

Berdasarkan hasil wawancara yang awal yang dilakukan dengan masyarakat penghasil Dupitos dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil wawancara dan observasi kemasan awal Dupitos

No	Hasil wawancara
1	Bahan dasar yang digunakan adalah jagung
2	Proses produksi dilakukan secara sederhana
3	Pengemasan menggunakan plastik
4	Pelabelan dengan menggunakan label sederhana (hitam putih dan kertas biasa)

Kemudian hasil tersebut ditindaklanjuti dengan melakukan wawancara berkaitan dengan label kemasan yang diinginkan. Adapun hasilnya sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil wawancara label kemasan yang diinginkan

No	Hasil wawancara
1	Bahan dasar yang digunakan adalah jagung
2	Menunjukkan cemilan sehat dan bisa dikonsumsi semua kalangan
3	Terdapat ukuran berat isi kemasan
4	Tanggal kadaluarsa
5	Identitas desa pembuat

Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan berdasarkan hasil wawancara dengan masyarakat penghasil Dupitos. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Strengths (Kekuatan)

- Bahan baku melimpah dan mudah diperoleh
- Produk rumahan yang belum banyak pesaingnya
- Cemilan sehat
- Dukungan dari pemerintah Desa dan Kampus
- Harga terjangkau

Weaknesses (Kelemahan)

- Skala usaha masih kecil
- Belum terlalu dikenal masyarakat
- Masyarakat kesulitan menemukan informasi tentang Dupitos
- Pemasaran masih sulit karena belum ada toko
- Pengemasan sederhana

Opportunities (Peluang)

- Kebutuhan akan cemilan sehat yang semakin meningkat
- Peluang untuk berkembang

c. Kondisi masyarakat yang suka cemilan

d. Daya beli masyarakat meningkat
Threats (Ancaman)

- Kemiripan label dengan produsen snack yang lain, sehingga bisa jadi akan menuntut
- Persaingan dalam pemasaran
- Masuknya pesaing baru

Tabel 3. Matrik Internal Analysis Summary (IFAS)

Faktor-faktor Internal	Bobot	Rating	Bobot x rating
Kekuatan (Strength)			
Bahan baku melimpah dan mudah diperoleh	0,1	3	0,3
Produk rumahan yang belum banyak pesaingnya	0,1	2	0,2
Cemilan sehat	0,15	3	0,45
Dukungan dari pemerintah Desa dan Kampus	0,15	3	0,45
Harga terjangkau	0,15	3	0,45
Sub Total	0,65		1,85
Weaknesses (Kelemahan)			
Skala usaha masih kecil	0,05	1	0,05
Belum terlalu dikenal masyarakat	0,1	1	0,1
Masyarakat kesulitan menemukan informasi tentang dupitos	0,05	1	0,05
Pemasaran masih sulit karena belum ada toko	0,05	1	0,05
Pengemasan sederhana	0,1	1	0,1
Sub Total	0,35		0,35
Total	1		2,2

Tabel 3 menunjukkan nilai total dari nilai matriks IFAS Penghasil Dupitos adalah 2, 2. Nilai ini

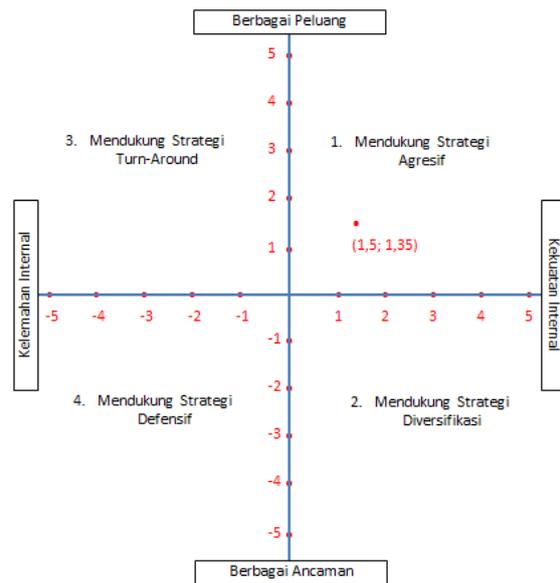
menunjukkan bahwa dalam usahanya menjalankan strategi berada pada posisi di atas rata-rata dalam hal kekuatan internal secara keseluruhan.

Tabel 4. Matrik External Analysis Summary (EFAS)

Faktor-faktor Eksternal	Bobot	Rating	Bobot x Rating
Opportunities (Peluang)			
Kebutuhan akan cemilan sehat yang semakin meningkat	0,05	4	0,2
Peluang untuk berkembang	0,2	4	0,8
Kondisi masyarakat yang suka cemilan	0,2	4	0,8
Daya beli masyarakat meningkat	0,05	4	0,2
Sub Total	0,5		2
Threats (Ancaman)			
Kemiripan label dengan produsen snack yang lain, sehingga bisa jadi akan menuntut Persaingan dalam pemasaran	0,15	2	0,3
Masuknya pesaing baru	0,2	1	0,2
Sub Total	0,5		0,65
Total	1		2,65

Demikian pula dengan matriks EFAS sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 4. Hasil matriks EFAS menunjukkan bahwa total matriks EFAS adalah 2,65. Hal ini menunjukkan strategi yang dijalankan perusahaan secara efektif menggambarkan peluang eksternal

yang ada dan menghindari pengaruh negatif potensial dari ancaman. Selanjutnya, dilakukan perhitungan untuk mengetahui strategi paling tepat yang dilakukan oleh penghasil Dupitos. Berdasarkan selisih tersebut ditentukan titik koordinat sebagaimana yang dilihat pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Diagram analisis SWOT Dupitos

Gambar 1 menjelaskan bahwa nilai skor untuk faktor kekuatan adalah sebesar 1,85 dan untuk faktor kelemahan sebesar 0,35 maka selisih dari nilai tersebut adalah sebesar 1,5 sedangkan nilai skor untuk faktor peluang adalah sebesar 2,00 nilai skor untuk faktor ancaman adalah sebesar 0,65 maka selisih dari nilai tersebut adalah sebesar 1,35. Nilai-nilai selisih tersebut dapat membentuk titik koordinat, yaitu (1,5; 1,35). Dengan demikian, didapatkan posisi Dupitos berada pada kuadran 1 yang merupakan suatu situasi yang sangat menguntungkan karena memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat

memanfaatkan kesempatan yang ada. Oleh karena itu, strategi yang tepat untuk diterapkan oleh penghasil Dupitos dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

Hasil Rancangan Label

Design THINK merupakan pendekatan inovasi yang berpusat pada manusia (dimulai dari memahami keinginan konsumen, kecepatan dalam membuat pola, dan menghasilkan inspirasi produktif). Dimana kondisi tersebut dapat mengganti pola pikir berkaitan dengan mengembangkan produk, layanan, prosedur, dan perusahaan. Dengan demikian, produsen membuat desain sesuai keinginan konsumen.

Empathize

Langkah pertama dalam *design THINK* adalah empati. Pendekatan empati digunakan untuk melihat pengguna dari perspektifnya dan memahami kebutuhan pengguna. Dari hasil wawancara mereka membutuhkan ilmu terkait memasarkan produk agar memiliki harga jual dan kualitas yang baik, sehingga dapat meningkatkan taraf hidup serta kualitas produk yang memang layak.

Define

Tahap kedua yakni *define*, mengumpulkan informasi yang diperoleh, mengamati untuk mengetahui kebutuhan pengguna dan mendefinisikan masalah. Permasalahan yang dihadapi oleh Mitra adalah kemasan yang hanya

diberikan label dengan cara mencetak label pada kertas putih. Label dibuat dengan cara sederhana (Gambar 2).



Gambar 2. Desain awal label oleh masyarakat

Ideate

Setelah mengetahui kebutuhan pengguna maka dibuat pelatihan terkait pengolahan makanan sehat menggunakan bahan utama jagung. Kemudian untuk peningkatan harga jual maka dibuat desain kemasan yang menarik. Selanjutnya dilakukan proses desain dengan melibatkan mitra.

Prototype

Langkah selanjutnya adalah membuat *prototype*. *Prototype* di sini berarti membuat model produk atau sampel produk nyata untuk pengujian. Langkah-langkah yang dilakukan pada saat membuat *prototype* sebagai berikut:

- 1) Mengumpulkan kebutuhan desain seperti file-file gambar yang bebas digunakan agar tidak terkendala hak cipta jika dipatenkan.
- 2) Kemudian untuk mencari gambar yang bisa dimodifikasi
- 3) Setelah mengumpulkan seluruh sumber data, mulai proses pengerjaan menggunakan canva.
- 4) Kemudian upload semua sumber data
- 5) Lalu mengatur semua sumber daya

Test

Langkah terakhir dalam *design THINK* adalah pengujian. Setelah *prototype* terbaik dikembangkan, kemudian dilakukan pengujian pengguna untuk memastikan bahwa produk mampu memenuhi kebutuhan konsumen. Selama proses ini, terlihat bagaimana pengguna akan berinteraksi dengan produk *prototype*. Tahap pengujian dijalankan untuk mendeteksi masalah dari awal. Kemudian proses pengujian mengarahkan peneliti pada masalah yang sebelumnya tidak terpikirkan. Oleh karena itu, beberapa langkah harus diulang untuk menghasilkan produk terbaik.

Tabel 5. Hasil pengujian label

R s s p	Pernyataan										
	BI		D			K		F		Pe	Pr
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9		
1	5	5	5	5	4	4	4	5	5		
2	5	5	5	5	4	5	4	5	5		
3	5	4	5	4	5	4	5	5	5		
4	5	4	4	4	5	5	5	5	4		
5	4	5	5	5	4	5	5	5	5		
6	4	5	4	4	4	5	5	5	5		
7	5	4	4	5	5	4	4	5	5		
8	4	4	5	5	4	4	4	5	5		
9	4	5	4	5	5	5	5	5	5		
10	5	5	5	4	5	5	5	5	5		
Skor rata-rata per item											
	4,6	4,6	4,6	4,6	4,5	4,6	4,6	5	4,9		
Skor rata-rata per variabel											
	4,6	4,6	4,55	4,6	5	4,9					
Skor penilaian desain											
	4,7										

Keterangan:

BI : Brand Identity

D : Desain

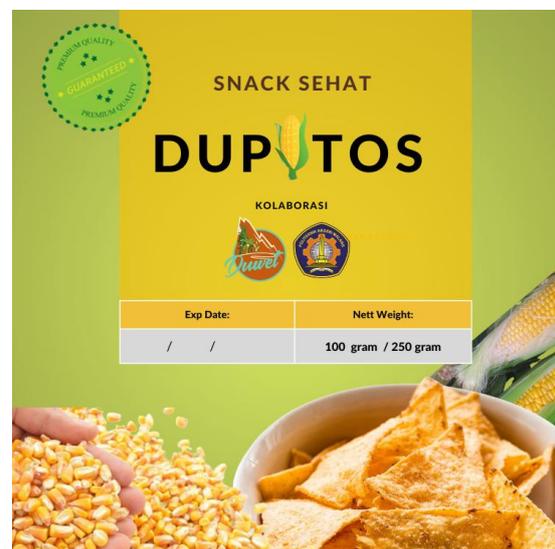
K : Konten

F : Foto

Pe: Pesan

Pr: Promosi

Hasil pengujian desain label kemasan pada masyarakat dapat dilihat pada Tabel 5. Pengujian ini dilakukan dengan memberikan pertanyaan berupa kuesioner kepada ahli desain sebanyak 3 orang dan masyarakat sebanyak 7 orang. Dengan hasil yang telah dijabarkan di atas maka desain label telah memasuki tahapan akhir. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner bertujuan untuk memberikan penilaian atas desain yang dibuat. Dalam tahap akhir ini menentukan kelayakan desain yang dihasilkan. Hasil desain label telah memiliki nilai baik dengan skor rata-rata 4,7 dimana skor tersebut berarti setuju yang lebih mendekati sangat setuju. Sehingga dapat dikatakan bahwa desain label Dupitos yang dibuat telah memenuhi kriteria label yang baik. Dengan demikian label yang dihasilkan layak digunakan pada kemasan Dupitos (Gambar 3).



Gambar 3. Desain akhir hasil tes

Selain itu, kemasan produk harus secara visual, emosional dan visual mampu menarik perhatian calon konsumen. Desain kemasan

yang baik dapat memberikan nilai tambah pada produk yang ada di dalam kemasan. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kemasan konsumen sangat berperan penting untuk memberikan kesan membeli suatu produk. Oleh karena itu Dupitos misalnya *service* mitra harus dikemas secara menarik.

Namun kenyataannya, tidak semua produsen mampu menghadirkan kemasan yang paling menarik. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor. Faktor-faktor tersebut antara lain kurangnya dana untuk program promosi (termasuk desain kemasan), kurangnya pemahaman

manajemen produsen produk akan pentingnya tampilan kemasan untuk produk yang mereka produksi, atau personel yang kreatif dan inovatif di bagian manajemen periklanan/pemasaran (Apriyanti, 2018).

Hasil Evaluasi

Hasil menunjukkan adanya peningkatan hasil kemasan sebelum dan setelah dilakukan kegiatan pendampingan. Tabel 6 menunjukkan hasil perubahan tersebut.

Tabel 6. Hasil evaluasi pengemasan Dupitos sebelum dan setelah kegiatan pendampingan

Bentuk Kegiatan	Sebelum Kegiatan	Setelah Kegiatan	Efisiensi
Penimbangan Dupitos	Menggunakan perkiraan tanpa ditimbang (+/- 100g)	Ditimbang dengan ukur-an 100g dan 250g	Dupitos dikemas dengan ukuran yang tepat
Penge-masan	Dikemas dengan plastik biasa dan diberi label hitam putih	Dikemas dengan standing pouch plastik tebal dan diberi label berwarna	Label dan kemasan lebih menarik
Penjualan/ minggu	20 pack ukuran +/- 100g	35 pack ukuran 100g 10 pack ukuran 250g	Penjualan meningkat

Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa terdapat perubahan dalam pengemasan. Jika sebelumnya hanya menggunakan label sederhana dan menggunakan plastik, maka sekarang sudah dikemas dengan cukup baik. Selain itu juga terjadi peningkatan penjualan.

Hasil observasi dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan dan pembelian alat-alat pengemasan produk dasar meningkatkan kualitas dan kuantitas Dupitos. Hal ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan mesin yang dialihkan kepada mitra, mitra dapat meningkatkan produksi baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Hal ini diperkuat dengan pendapat [Muhsin & Ahmad \(2017\)](#), bahwa jika mesin yang baik tidak digunakan dalam proses produksi maka proses produksi tidak mencukupi baik secara kualitatif maupun kuantitatif.

Oleh karena itu, produsen tidak hanya mengemas produk seadanya. Padahal sudah sepatutnya produsen mengemas produknya dengan kemasan terbaik. Bahkan terkadang diperlukan untuk memperbaharui kemasan *display*, karena dapat mempengaruhi minat beli konsumen secara umum.

Dalam meningkatkan penjualan produk di dunia persaingan bisnis dewasa ini yang sangat ketat, perusahaan perlu kreatif dalam berbagai hal, baik dalam pembuatan produk maupun dalam menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan. Hal ini termasuk tampilan fisik kemasan dan tampilan iklan elektronik dan cetak untuk produk tersebut. Demikian

halnya yang terjadi pada produsen Dupitos. Kemasan bukan hanya sekedar cangkang, karena kemasan memberikan kesan mendalam pada pandangan pertama yang membuat konsumen jatuh cinta dengan produk tersebut dan kemudian memutuskan untuk membeli atau membatalkan pembelian. Dengan membeli peralatan dan memproduksi label, mitra dapat menghasilkan produk dengan kemasan yang menarik dan produk yang laris manis. Hal ini tentunya meningkatkan kualitas produk Dupitos buatan mitra.

KESIMPULAN

Kegiatan yang telah dilaksanakan di masyarakat Dusun Duwet Desa Petungsewu Kabupaten Tumpang mampu meningkatkan penjualan Dupitos. Hal ini dapat dilihat dari penjualan yang semula hanya 20 pak ukuran 100g per minggu menjadi 35 pak ukuran 100g dan 10 pak ukuran 250g per minggu.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang melalui P2M atas pembiayaan dan dukungan dalam kegiatan ini. Terima kasih kepada warga Dusun Petungsewu, Desa Duwet, Kecamatan Tumpang, Kabupaten Malang yang telah menjadi mitra dan menjalin kerjasama yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Anwari, E., Meilani, E., & Prasetyowati, O. (2018). Perancangan grafis kemasan

- makanan burayot sebagai oleh-oleh khas Garut. *DeKaVe*, 10(2), 12-24.
<https://doi.org/10.24821/dkv.v10i2.1990>
- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*, 10(1), 20-27.
<https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i1.2223>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Malang. (2022). *Kabupaten Malang dalam angka 2022*.
<https://malangkab.bps.go.id/publication/2022/02/25/0ce4694a8e6b6cbb1b351532/kabupaten-malang-dalam-angka-2022.html>
- Cahyadi, A. B., Sugiono, & Efranto, R. Y. (2014). Perumusan strategi unggulan jasa bus damri berbasis analisis SWOT dan quality function deployment (QFD). *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Industri*, 2(1), 80-91.
<http://jrmsi.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jrmsi/article/view/62>
- Hartanto, S., Yuwono, E. C., & Soewito, B. M. (2015). Perancangan desain kemasan produk homemade pie "391" Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(6), 1-13.
<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/3303>
- Hasbullah, U. H. A., Rasiman, Hadi, D. P., & Purnomo, A. (2018). Pelatihan pengemasan produk pangan olahan jagung dan jahe di Desa Ngombak dan Kalimaro Kecamatan Kedungjati Grobogan. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 23(11), 17-24.
<https://dx.doi.org/10.20961/jkb.v22i12.27342>
- Hendrastya, H. K. (2013). *Pengembangan dan Penyimpanan Bahan Pangan* (Ed 1). Yogyakarta Graha Ilmu.
- Muhsin, M., & Ahmad, N. S. (2017). Peningkatan kualitas dan produktivitas kripik pisang dengan mesin perajang di Desa Jati Kecamatan Udanawu Kabupaten Blitar. *Jurnal Abdimas*, 1(2), 11-17.
[10.24269/adi.v1i2.773](https://doi.org/10.24269/adi.v1i2.773)
- Puryantoro, P. (2018). PKM desain labelling kemasan kerupuk ikan pada industri kecil menengah di Desa Pesisir Kecamatan Panarukan Kabupaten Situbondo. *Warta Pengabdian*, 12(1), 233-238.
<https://doi.org/10.19184/wrtp.v12i1.7337>
- Rosalina, Y., Alnopri, A., & Prasetyo, P. (2012). Packaging design in increasing the value added of honey of coffee flower as a regional prime product. *Jurnal Agroindustri*, 2(1), 8-13.
<https://doi.org/10.31186/jagroind.2.1.8-13>
- Rosandi, S., & Sudarwanto, T. (2014). Pengaruh citra merek dan desain kemasan terhadap minat beli konsumen pada produk susu ultra. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2), 1-16.
<https://doi.org/10.26740/jptn.v2n2.p%25p>

- Štefanić, I. (2018). Labelling of food products: Good marketing versus legal obligation. *Zbornik Veleučilišta u Rijeci*, 6(1), 399–412. <https://doi.org/10.31784/zvr.6.1.24>
- Tanjung, R. H. R., & Maury, H. K. (2018). Pelatihan pengolahan dan pengemasan pangan lokal untuk meningkatkan nilai ekonomi produk pertanian Di Kampung Rheapang Muaf. *Jurnal Pengabdian Papua*, 2(1), 32–38. <https://doi.org/10.31957/.v2i1.643>
- Tonkin, E., Meyer, S. B., Coveney, J., Webb, T., & Wilson, A. (2016). The process of making trust related judgements through interaction with food labelling. *Food Policy*, 63(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2016.06.007>
- Yuliani, R. & Widyakanti. (2020). Peningkatan penjualan melalui inovasi kemasan dan label pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum dan Akuntansi Terapan*, 2, 71–76. <https://doi.org/10.31092/kuat.v2i2.990>.
- Yuliari, G., & Riyadi, B. (2015). Meningkatkan nilai tambah produk olahan ikan dengan strategi diversifikasi yang berbasis pasar global. *Prosiding Seminar Nasional Optimalisasi Peran Industri Kreatif dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN*, 216–225. <https://docplayer.info/52376270-Meningkatkan-nilai-tambah-produk-olahan-ikan-dengan-strategi-diversifikasi-yang-berbasis-pasar-global-abstract.html>