



Strengthening the competitiveness of presto milkfish through increasing entrepreneurial spirit and packaging innovation

Aditya Nizar Al Ardi, Aulia Nadhirah✉, Dinu Saadillah, Dewi Kurniawati, Fredy Eka
Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

✉ aulia.nadhirah@polije.ac.id

doi <https://doi.org/10.31603/ce.9279>

Abstract

MSMEs play a crucial role in the Indonesian economy, absorbing 97% of the total workforce. Despite the significant contribution of MSMEs to the Indonesian economy, there is a lack of competitive capabilities among them. One of the MSME products in Jember Regency that currently demands attention is presto milkfish. However, there are several issues, including the suboptimal entrepreneurial spirit among MSME players and unattractive product packaging. To address these challenges, it is essential to enhance the value and skills in packaging design for presto milkfish products. The activity involved delivering material on the value of entrepreneurship and providing training in creating packaging designs for presto milkfish products. The results of the service activities indicate an increased awareness and instillation of entrepreneurial values among presto milkfish MSMEs, as shown by questionnaires filled out before and after the training. The participants' knowledge has improved, leading to increased motivation to operate their businesses. MSME players have successfully designed their product packaging and implemented it in their businesses.

Keywords: MSME's; Presto milkfish; Packaging; Entrepreneurship

Penguatan daya saing produk bandeng presto melalui peningkatan jiwa kewirausahaan dan inovasi kemasan

Abstrak

UMKM berperan penting terhadap perekonomian Indonesia yang mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja. Tingginya kontribusi UMKM terhadap perekonomian di Indonesia tidak diiringi dengan kemampuan daya saing yang dimiliki oleh UMKM. Produk UMKM di Kabupaten Jember yang menjadi perhatian saat ini salah satunya adalah bandeng presto. Namun terdapat beberapa permasalahan, diantaranya belum optimalnya jiwa kewirausahaan pelaku UMKM dan kemasan produk yang kurang menarik. Berdasarkan permasalahan tersebut, perlu dilakukan peningkatan nilai dan keterampilan dalam desain kemasan produk bandeng presto. Kegiatan dilaksanakan dengan penyampaian materi tentang nilai kewirausahaan dan pelatihan pembuatan desain kemasan produk bandeng presto. Hasil kegiatan pengabdian adalah peningkatan kesadaran dan penanaman nilai kewirausahaan para pelaku UMKM bandeng presto dan adanya peningkatan motivasi untuk menjalankan usaha. Para pelaku UMKM telah berhasil mendesain kemasan produknya sendiri dan mengimplementasikan pada usahanya.

Kata Kunci: UMKM; Bandeng presto; Kemasan; Kewirausahaan

1. Pendahuluan

UMKM memiliki peran besar bagi negara Indonesia dalam meningkatkan pendapatan masyarakat serta penyerapan tenaga kerja. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM saat ini mencapai 64,19 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,97% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Selain itu, UMKM juga memiliki peranan penting terhadap perekonomian Indonesia yang mampu menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun hingga 60,4% dari total investasi (DPMPT, 2021). Tingginya kontribusi UMKM terhadap perekonomian di Indonesia ini, tidak diiringi dengan kemampuan daya saing yang dimiliki oleh UMKM (Lantu et al., 2016). Para pelaku UMKM tersebut mengalami beberapa kendala baik secara internal maupun kendala eksternal yang mengakibatkan UMKM masih dipandang belum memiliki daya saing tinggi untuk mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi serta pendapatan masyarakat. Daya saing dapat diartikan sebagai kemampuan dari suatu industri untuk memperlihatkan keunggulan, dengan cara menampilkan kondisi maupun situasi yang dapat memberikan keuntungan, hasil pekerjaan yang lebih baik jika dibandingkan dengan industri yang lain (Kusnandar et al., 2021).

Faktor yang harus diperhatikan untuk memenangkan daya saing bisnis salah satunya adalah kemasan produk (*packaging*). *Packaging* memperlihatkan bagaimana produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan dapat bersaing dengan perusahaan lain. *Packaging* sendiri diartikan sebagai aktivitas perancangan wadah atau pembungkus suatu produk agar mampu memberikan nilai pada konsumen dan dijadikan sebagai pembeda dengan produk yang hampir sama (Kotler & Armstrong, 2016). Selain itu, Rundh (2005) juga mengungkapkan tentang pentingnya kemasan maupun desain dari kemasan dalam pemenuhan kriteria multifungsi yang berkaitan dengan pemasaran sehingga muncul perubahan pola konsumsi maupun kebiasaan yang diakibatkan oleh kemasan yang inovatif. Sejauh ini, kemasan mulai diperhatikan dengan tidak hanya sebagai pembungkus tetapi memiliki arti yang lebih luas seperti fungsi daya tarik dan daya lindung (Darmawan, 2017).

Beberapa indikator yang dapat mempengaruhi kemasan produk adalah adanya inovasi yang menunjukkan kemampuan dalam melakukan pengembangan produk, jumlah tenaga kerja yang dimiliki serta daya tarik dari produk yang ditawarkan tersebut (Wardhani & Agustina, 2015). Dalam pembangunan ekonomi, pengembangan UMKM masih sangat dibutuhkan untuk membentuk jiwa dan nilai kewirausahaan sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan juga laju pertumbuhan ekonomi (Glendoh, 2001). Pengembangan UMKM juga dapat dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan yang berhubungan dengan inovasi kemasan juga dapat dilakukan dengan tujuan agar mampu meningkatkan daya saing UMKM (Kodir et al., 2020). Pelatihan inovasi *packaging* dapat dilakukan dengan melakukan pembuatan komposisi label yang tepat seperti nama produk, nama dan alamat yang memproduksi, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, bulan dan tahun kadaluwarsa, label halal hingga ijin edar (Wardoyo et al., 2020). Hal ini dikarenakan masih ada UMKM yang menjual produknya dengan menggunakan label yang kurang menarik atau hanya menggunakan plastik yang sederhana sehingga tidak memuat informasi penting mengenai produk (Yuliani, 2020).

Produk UMKM di Kabupaten Jember yang menjadi perhatian saat ini yaitu bandeng presto. UMKM ini terletak di Perumahan Tegal Besar Permai 2, Kelurahan Tegal Besar,

Kabupaten Jember. Saat ini, produk dari bandeng presto tersebut hanya diberikan kemasan berupa plastik mika transparan dan tidak terdapat label apapun. Hal tersebut dikarenakan pengetahuan yang minim dari pelaku UMKM tentang inovasi *packaging* yang menarik dan juga jiwa kewirausahaan yang belum diasah dengan maksimal. Pelaku UMKM tersebut belum mengetahui tentang informasi apa saja yang sebaiknya dicantumkan dalam kemasan produk serta bagaimana teknik dan desain kemasan yang dapat menarik konsumen.

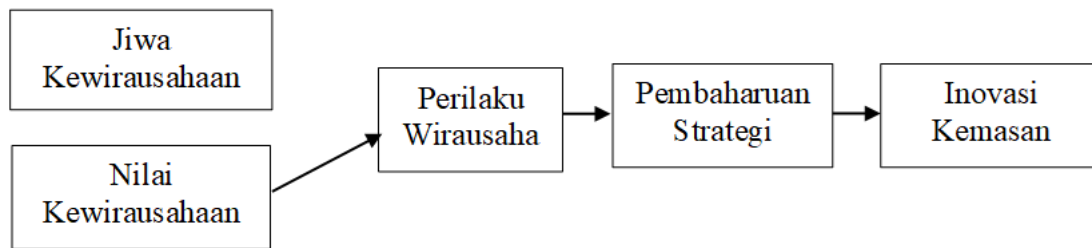
Berdasarkan penjelasan di atas, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM bandeng presto seperti jiwa kewirausahaan yang dimiliki pelaku UMKM bandeng presto belum optimal dan kemasan produk yang kurang menarik. Penawaran solusi untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh UMKM bandeng presto, antara lain dengan cara memberikan pelatihan mengenai kewirausahaan, memberikan pelatihan mengenai desain kemasan produk yang menarik pada kemasan bandeng presto dan melakukan pendampingan kepada pelaku UMKM bandeng presto. Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing produk bandeng presto melalui perbaikan kemasan.

2. Metode

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan kepada para pelaku UMKM yang bergerak pada usaha bandeng presto di lingkungan Tegal Besar, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Terdapat 4 UMKM yang menjadi sasaran kegiatan yang lokasinya bertepatan pada wilayah RW 16 Lingkungan Tegal Besar. Rangkaian acara yang dilakukan pada kegiatan pengabdian ini yaitu selama 6 bulan terhitung dari bulan Juli - Desember 2022. Sebagai upaya memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM bandeng presto ini, terdiri dari beberapa tahap kegiatan, yaitu:

2.1. Tahap persiapan

Tahapan persiapan ini diawali dengan mendatangi lokasi kegiatan untuk menemui ketua RW 16 di Lingkungan Tegal Besar dengan tujuan untuk menyampaikan maksud dan tujuan kegiatan. Pertemuan dan diskusi yang dilakukan oleh tim pengabdian dan ketua RW 16 dan salah satu perwakilan dari pelaku UMKM bandeng presto, terdapat permasalahan yang perlu untuk ditangani para pelaku UMKM bandeng presto yang ada di lingkungan Tegal Besar RW 16. Hasil diskusi pada pertemuan tersebut adalah kurangnya motivasi para pelaku usaha untuk berwirausaha dan menjalankan usaha, berinovasi terhadap kemasan produk bandeng presto juga menjadi salah satu yang perlu dipecahkan masalahnya. Berdasarkan penelitian sebelumnya, motivasi wirausahawan dan inovasi produk memiliki pengaruh positif terhadap perilaku kewirausahaan (Sukirman, 2017). Perilaku kewirausahaan diharapkan dapat memunculkan pembaharuan strategi usaha (Guth & Ginsburg, 2002). Strategi yang diharapkan dapat dilaksanakan adalah berupa inovasi kemasan produk. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi maka disimpulkan bahwa pelaksanaan kegiatan yaitu berupa pelatihan dan pendampingan mengenai peningkatan jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan yang ditekankan pada inovasi kemasan produk pada pelaku UMKM bandeng presto. [Gambar 1](#) merupakan diagram pemecahan masalah dari kegiatan pengabdian kepada para pelaku UMKM bandeng presto.



Gambar 1. Diagram pemecahan masalah

2.2. Tahap pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan, tim pengabdian sebagai fasilitator mengadakan pelatihan mengenai jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan sehingga harapannya dapat mempengaruhi perilaku kewirausahaan pada pelaku UMKM bandeng presto. Kegiatan diawali dengan para peserta pelatihan yaitu para pelaku UMKM bandeng presto mengisi kuesioner terkait pengetahuan awal mengenai jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan. Kuesioner diberikan untuk pengukuran pengetahuan awal peserta pelatihan terhadap kewirausahaan. Kegiatan selanjutnya adalah sosialisasi materi oleh tim pengabdian sebagai fasilitator kegiatan ini. Materi yang disampaikan yaitu mengenai jiwa kewirausahaan yang harus dibangun oleh seorang wirausaha dan nilai yang harus dimiliki wirausahawan.

Kegiatan selanjutnya yaitu pelatihan penguatan kreativitas dan inovasi produk melalui perancangan desain kemasan dari produk bandeng presto. Sebelum diberikan pelatihan pembuatan desain kemasan produk, para peserta diberikan materi mengenai apa saja yang harus dicantumkan di label kemasan produk olahan makanan. Dalam [Peraturan Badan Pengawas Obat Dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan, \(2018\)](#) dijelaskan beberapa komponen yang harus dicantumkan dalam sebuah kemasan produk:

- a. Nama produk
- b. Merek produk
- c. Logo produk
- d. Keterangan bahan tambahan makanan
- e. Komposisi
- f. Berat bersih
- g. Tanggal kadaluwarsa
- h. Nama dan alamat produksi
- i. Kandungan gizi
- j. Kode produksi pangan
- k. Nomor pendaftaran pangan
- l. Logo sertifikat halal
- m. Barcode

Kegiatan dilaksanakan di Balai RW didampingi oleh ketua RW 16. Pada akhir kegiatan, para peserta diminta untuk mengisi kuesioner kembali sebagai pengukuran perbandingan pengetahuan setelah diadakannya kegiatan pelatihan. Hasil dari kuesioner digunakan tim pengabdian untuk melakukan tahapan pendampingan.

2.3. Tahap pendampingan

Tahapan pendampingan dilaksanakan dengan mendatangi ke lokasi UMKM bandeng presto. Harapannya kegiatan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan dalam

berwirausaha dan menciptakan desain kemasan yang menarik sehingga dapat menarik minat konsumen terhadap produk bandeng presto. Kegiatan pendampingan juga disesuaikan dengan hasil pengukuran kuesioner pada tahapan pelaksanaan pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan pelatihan memiliki tujuan untuk mengasah kembali jiwa dan nilai kewirausahaan untuk meningkatkan perilaku kewirausahaan para pelaku UMKM bandeng presto agar dapat bersaing di pasaran. Langkah awal kegiatan pelatihan dibuka dengan membagikan kuesioner kepada para peserta. Pengisian kuesioner adalah untuk mengetahui pengetahuan peserta sebelum dilakukannya pelatihan kewirausahaan ini. Hasil kuesioner ditunjukkan pada [Tabel 1](#). Dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM bandeng presto belum memiliki jiwa dan nilai kewirausahaan yang memungkinkan untuk dapat bersaing dengan produk lainnya.

Berdasarkan hasil kuesioner, maka para peserta diberikan materi yang mendalam mengenai jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan. Adapun materi yang disampaikan mengenai jiwa kewirausahaan yaitu lebih menekankan pada karakteristik yang harus dimiliki oleh seorang wirausahawan, antara lain:

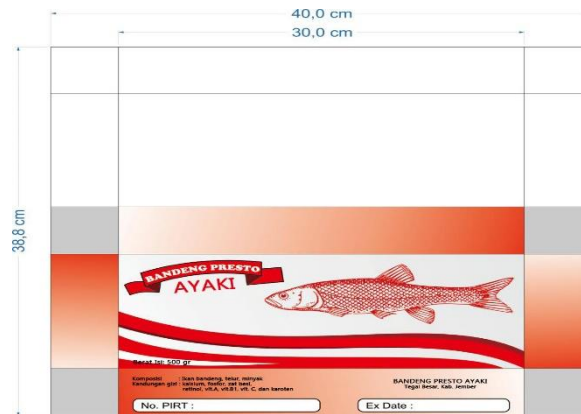
- a. Pada umumnya wirausahawan memiliki jiwa agresif bersaing
- b. Wirausahawan harus memiliki semangat kompetisi yang tinggi
- c. Perilaku wirausahawan harus cenderung mengarah pada sasaran
- d. Wirausahawan harus memiliki percaya diri yang besar
- e. Wirausahawan cenderung memanfaatkan peluang
- f. Wirausahawan harus mampu belajar dari kesalahan dan memperbaikinya.

Selanjutnya materi kedua yaitu mengenai nilai kewirausahaan. Adapun materi yang disampaikan adalah sebagai berikut:

- a. Kreativitas yang harus dimiliki wirausahawan
- b. Pengambilan risiko oleh wirausahawan
- c. Inovasi produk yang harus dimiliki wirausahawan
- d. Wirausahawan harus berorientasi pada prestasi
- e. Wirausahawan harus memiliki ambisi untuk bersaing
- f. Wirausahawan harus memiliki kemandirian dalam usaha

Implementasi kedua materi tersebut dilanjutkan dengan pelatihan pengembangan kreativitas dan inovasi produk kemasan bandeng presto. Sebelum masuk ke pelatihan, para peserta diberikan pengetahuan mengenai apa saja yang harus tercantum di dalam sebuah kemasan dan menjadi bekal untuk pelatihan pembuatan desain kemasan produk bandeng presto.

Berdasarkan hasil pelatihan, para peserta pelatihan telah dapat mengimplementasikan materi yang telah diberikan dengan membuat desain kemasan produk bandeng presto. Desain kemasan seperti pada [Gambar 2](#), telah mencantumkan hampir seluruh ketentuan yang harus ada pada label olahan pangan. Seperti nama merek, logo dan lainnya. Namun ada beberapa yang belum tercantum seperti logo halal karena harus ada pengajuan dan pengujian terlebih dahulu untuk pencantuman logo halal pada kemasan produk.



Gambar 2. Desain kemasan produk bandeng presto

Setelah diadakannya pelatihan, para peserta diwajibkan untuk mengisi kuesioner kembali untuk mengukur pengetahuan para peserta pelatihan terhadap kegiatan ini. Tabel 1 merupakan kesimpulan hasil pengisian kuesioner para peserta pelatihan terhadap pengetahuan kewirausahaan baik sebelum maupun setelah pelatihan.

Tabel 1. Perbandingan sebelum dan sesudah pelatihan dan pendampingan

No	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
Jiwa Kewirausahaan		
1	Pelaku UMKM belum memiliki sifat agresif dalam bersaing, tidak melihat perkembangan yang terjadi pada produk pesaing	Pelaku UMKM mulai sadar terhadap pentingnya memiliki sifat agresif dalam bersaing dan mulai mengamati apa yang menjadi keunggulan dari produk pesaing
2	Pelaku UMKM belum memiliki semangat kompetisi yang tinggi, belum pernah memasarkan produknya ke masyarakat luas	Pelaku UMKM mulai memiliki semangat kompetisi yang tinggi, mulai memanfaatkan sosial media sebagai media promosi
3	Pelaku UMKM cenderung tidak fokus pada sasaran pasar	Pelaku UMKM mulai membuat rancangan target sasaran kepada ibu rumah tangga dan pendatang sebagai makanan oleh-oleh khas Jember untuk memudahkan pemasaran
4	Pelaku UMKM memiliki rasa percaya diri yang tinggi, namun belum dapat mengasahnya	Pelaku UMKM mulai merasa mendapatkan dorongan dari hasil pelatihan untuk dapat mengasah rasa percaya dirinya bersaing dengan produk pesaingnya.
5	Pelaku UMKM cenderung belum dapat memanfaatkan peluang di pasar	Pelaku UMKM mulai dapat memanfaatkan peluang pasar, misalnya memanfaatkan sosial media sebagai media promosi
6	Pelaku UMKM belum menyadari kesalahan yang telah dilakukan untuk dapat bersaing	Pelaku UMKM mampu belajar dari kesalahan, misalnya perbaikan pada kemasan yang kurang menarik
Nilai Kewirausahaan		
1	Pelaku UMKM belum dapat mengasah kreativitas untuk mengembangkan usahanya	Pelaku UMKM telah dapat mengasah kreativitas untuk mengembangkan usahanya melalui desain sementara yang dibuat
2	Pelaku UMKM belum siap untuk menghadapi risiko usaha	Pelaku UMKM telah memahami pengetahuan mengenai <i>risk taker</i>

No	Sebelum Pelatihan	Setelah Pelatihan
3	Pelaku UMKM belum mampu menginovasi produk	Pelaku UMKM telah dapat merancang inovasi kemasan produk
4	Pelaku UMKM belum berorientasi pada prestasi	Pelaku UMKM telah dapat mengidentifikasi produk pesaing agar dapat berorientasi pada prestasi salah satunya peningkatan konsumen yang loyal
5	Pelaku UMKM belum memiliki ambisi untuk bersaing	Pelaku UMKM telah dapat mengidentifikasi produk pesaing agar dapat berorientasi pada prestasi salah satunya peningkatan konsumen yang loyal
6	Pelaku UMKM belum mandiri secara usaha	Pelaku UMKM telah sadar terhadap kemandirian usaha untuk meningkatkan daya saing produk bandeng presto

Kegiatan pendampingan dilaksanakan secara tidak terjadwal untuk melihat kesiapan para pelaku UMKM. Tim pengabdian secara langsung mendatangi rumah produksi bandeng presto dan melakukan pengecekan apakah hasil pelatihan telah diimplementasikan secara nyata pada usaha UMKM bandeng presto di lingkungan Tegal Besar. Berdasarkan hasil pendampingan, para peserta pelatihan telah dapat mengimplementasikan kemasan yang telah dibuat namun terkendala pemasaran kepada konsumen.

4. Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian adalah para pelaku UMKM bandeng presto telah memiliki jiwa dan nilai kewirausahaan berdasarkan kuesioner yang telah diisi pada sebelum dan sesudah pelatihan. Pengetahuan para peserta semakin meningkat dan dapat meningkatkan motivasi untuk menjalan usaha. Para pelaku UMKM telah mendesain kemasan produknya sendiri dan diimplementasikan pada usahanya.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih diberikan kepada civitas akademika Jurusan Manajemen Agribisnis Politeknik Negeri Jember yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Daftar Pustaka

- Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 Tentang Label Pangan Olahan, (2018). tabel-gizi.pom.go.id
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 1-10.
- DPMPT. (2021). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. <https://dpmpt.kulonprogokab.go.id/>
- Glendoh, S. H. (2001). Pembinaan dan pengembangan usaha kecil. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 1-13.

- Guth, W. D., & Ginsburg, A. (2002). Guest editors' introduction Entrepreneurship. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 231.
- Kodir, A., Islam, M. A., Pradana, G. W., Kusumaningrum, T. M., & Rozaq, K. (2020). Pendampingan Penyusunan Standard Operational Procedure (SOP) dan Desain Kemasan bagi IKM Makanan di Kabupaten Kediri dan Kota Batu. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 1(1), 1-9. <https://doi.org/10.26740/abi.v1i1.6579>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principle of Marketing (16th ed)*. Pearson Education Limited.
- Kusnandar, K., Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>
- Lantu, D. C., Triady, M. S., Utami, A. F., & Ghazali, A. (2016). Pengembangan Model Peningkatan Daya Saing UMKM di Indonesia: Validasi Kuantitatif Model. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 15(1), 77-93. <https://doi.org/10.12695/jmt.2016.15.1.6>
- Rundh. (2005). *The multi-faceted dimension of packaging*. British Food Journal.
- Sukirman. (2017). Jiwa kewirausahaan dan nilai kewirausahaan meningkatkan kemandirian usaha melalui perilaku kewirausahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(1), 113-131.
- Wardhani, R. S., & Agustina, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Daya Saing Pada Sentra Industri Makanan Khas Bangka Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 10(2), 64. <https://doi.org/10.19184/jauj.v10i2.1252>
- Wardoyo, D. T. W., Kusumaningrum, T. M., Fazlurrahman, H., Kautsar, A., & Hadi, H. K. (2020). Pelatihan inovasi kemasan pada industri makanan di Desa Raci Tengah Kabupaten Gresik. *J-ABDIPAMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 83. <https://doi.org/10.30734/j-abdipamas.v4i1.689>
- Yuliani, R. (2020). Peningkatan Penjualan Melalui Inovasi Kemasan Dan Label Pada Umkm. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71-76.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution Non-Commercial 4.0 International License