

PELATIHAN PEMBUATAN KEMASAN GUNA MENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PRODUK KEDAI MAKANAN DI PUSAT JAJANAN SORE KRAMAT IV JAKARTA PUSAT

Joyce A. Turangan

Program Studi S1 Manajemen, Universitas Tarumanagara, Jakarta

Surel: joycet@fe.untar.ac.id

Bab I Pendahuluan

Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini ditujukan untuk memberikan pelatihan ketrampilan mengenai pembuatan kemasan produk mulai desain hingga tahap akhir kemasan yang sesuai dengan produk makanan yang ditawarkan pada pelaku usaha kedai makanan di pusat jajanan sore Jalan Kramat IV Jakarta Pusat.

Metode pelaksanaan kegiatan meliputi ceramah, diskusi, demonstrasi, praktek, dan observasi. Dengan adanya pelatihan ini, maka diharapkan peningkatan pengetahuan dan ketrampilan dari para peserta terhadap kemasan produk, terciptanya kemasan produk yang ramah lingkungan, aman untuk produk makanan dan menarik sehingga pada akhirnya akan berpengaruh yang cukup signifikan terhadap kenaikan volume penjualan. Hal tersebut selaras dengan pendapat Resmi dan Wismiarsi (2015) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian produk, diperoleh bahwa kemasan produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Bab II Metode Pelaksanaan

Pada tahap awal, kegiatan ini dilakukan dengan memberikan materi tentang kemasan makanan kepada peserta. Materi yang diberikan terkait dengan pentingnya kemasan produk dan hubungannya dengan tingkat penjualan. Berikutnya adalah pelaksanaan demonstrasi dimana para mitra diberikan penjelasan sekaligus langsung mempraktekan pembuatan kemasan dan cara pengoperasian peralatan pembuatan kemasan, seperti teknik menggunakan sealer agar terlihat rapi dan merekat sempurna. Pada tahap ini juga peserta dibekali tentang cara mendesain dengan aplikasi desain *Canva*, memproduksi label kemasan serta penempatan label kemasan yang tepat serta proporsional agar kemasan terlihat menarik. Tahap selanjutnya adalah peserta membuat kemasan yang lebih spesifik disesuaikan dengan karakteristik atas produknya. Proses pembuatan

tahap akhir ini dibantu oleh tim pengabdian, mulai dari pemilihan bahan, ukuran, sampai dengan desain dan warna kemasan.

Bab III Hasil PKM

Hasil kegiatan ini adalah bertambahnya pengetahuan kemasan dan keterampilan membuat kemasan yang menarik bagi para mitra pelatihan. Para peserta dengan antusias menganggap bahwa perlu dilakukan perubahan terhadap kemasan saat ini yang dinilai masih sangat sederhana atau seadanya baik dari segi bahan maupun desain. Banyak yang akhirnya menyadari bahwa tampilan kemasan dapat mempengaruhi volume penjualan serta menambah ketertarikan pembeli untuk mengonsumsi produk yang ditawarkan. Para mitra juga menyatakan bahwa melalui perubahan kemasan dengan mencantumkan identitas penjual, menjadikan para pembeli mudah untuk menghubungi mitra untuk pemesanan di masa mendatang. Perubahan kemasan juga dirasakan dapat menambah estetika bagi pembeli sehingga dapat menjadikan produk tersebut sebagai hadiah yang menarik untuk diserahkan kepada kerabat para pembeli. Sehingga mitra merasakan adanya pengaruh promosi yang disandang dari perbaikan tampilan kemasan tersebut.

Bab IV Kesimpulan

Kegiatan pelatihan yang dilaksanakan telah memberikan dampak bagi meningkatnya pengetahuan dasar peserta terhadap konsep desain kemasan suatu produk. Kemampuan pemahaman dan pembuatan desain kemasan produk juga telah meningkat yang terbukti dari hasil desain kemasan dan label produk yang dirancang sendiri oleh masing-masing peserta. Minat dan antusias peserta juga meningkat untuk mempelajari desain kemasan pada tahap yang lebih lanjut. Untuk pelatihan selanjutnya dapat mengembangkan kembali dari materi yang telah diberikan.

Bab V Daftar Pustaka

Resmi, N., dan Wismiarsi, T., 2015. Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* Vol.13 No.1 Maret 2015