



## INOVASI DESAIN LABEL KEMASAN SEBAGAI FAKTOR PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK UKM PIZZA OMI

### PACKAGING LABEL DESIGN INNOVATION AS AN INCREASING FACTOR OF THE COMPETITIVENESS OMI PIZZA SMALL ENTERPRISE PRODUCTS

<sup>1)</sup>Dian Rahmani Putri, <sup>2)</sup>Ni Nyoman Wulan Antari, <sup>3)</sup>I Putu Widiadnyana.

<sup>1,2)</sup> Sistem Informasi, <sup>3)</sup> Teknolgi Informasi  
INSTITUT TEKNOLOGI DAN BISNIS STIKOM BALI  
Jalan Raya Puputan NO 86 Denpasar

e-mail: rahmani@stikom-bali.ac.id<sup>1</sup>, wulan\_antari@stikom-bali.ac.id<sup>2</sup>, widiadnyana@stikom-bali.ac.id<sup>3</sup>

#### ABSTRAK

*Pizza Omi merupakan salah satu industry kecil dan menengah (UKM) yang berkembang di area Bali yang bergerak di bidang makanan. Pizza Omi didirikan oleh Ibu Lina Heryanti sejak pertengahan tahun 2020. Pizza Omi memiliki memproduksi beberapa olahan pizza yang dibuat sendiri sesuai dengan pesanan, selain pizza siap saji. Tim pengabdian masyarakat dalam program ini memberikan beberapa bantuan yang bertujuan membantu perkembangan mitra dari segi produksi, dan pemasaran. Bantuan tersebut berupa pelaksanaan pelatihan pembuatan desain, pemberian mixer dough sebagai alat pembantu mengaduk bahan dasar dough, dan stiker box sebagai salah satu media promosi. Pemberian mixer dough bertujuan membantu mempercepat proses produksi pizza yang dipesan pelanggan sehingga tidak harus menunggu terlalu lama untuk mendapatkan pizza yang dipesan. Kegiatan tim pelaksana pengabdian memberikan sosialisasi dan pelatihan pembuatan desain label box kepada mitra bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam pembuatan media pemasaran. Sebagai media penunjang pemasaran, desain label box yang telah dirancang bersama Mitra direalisasikan dalam bentuk sticker berisikan nama UKM dan informasi penting lain yang harus ada di dalamnya. Stiker ini berfungsi untuk memperkenalkan produk pizza milik mitra sehingga mempermudah pelanggan melakukan pemesanan secara berkala. Mitra yang sebelumnya tidak memiliki label kemasan memperoleh manfaat yang nyata oleh pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini.*

**Kata Kunci :** pizza, mixer dough, labeling

#### PENDAHULUAN

Kondisi pasca pandemi COVID 19 merupakan masa pemulihan di segala aspek kehidupan secara global. Perekonomian dunia pada saat ini sedang mengalami masa pemulihan di mana pergerakannya masih relatif lambat. Pemerintah dimulai dari lingkup negara sampai dengan pelosok pedesaan.

Salah satu daerah yang saat ini merasakan lesunya perekonomian akibat Pandemi adalah Pulau Bali. Peningkatan

perekonomian yang terjadi di Bali tidak hanya berasal peran sektor seperti pertanian, perikanan, dan pariwisata. Adapun sektor lain yang mempengaruhi laju perekonomian di Bali adalah sektor Industri Rumah Tangga. Salah satu UKM yang saat ini sedang berkembang adalah Industri kuliner, yang merupakan bagian dari Industri kreatif yang didukung Pemerintah. Industri ini ditargetkan dapat meningkatkan penghasilan pemilik industri, dan mewarnai sistem

perekonomian sebuah daerah. Industri kuliner yang saat ini sedang menjadi tren di kalangan masyarakat luas adalah kuliner olahan rumahan, yang dimana konsumen dapat memesan makanan ataupun minuman sesuai dengan permintaannya.

Mitra pengabdian masyarakat saat ini adalah UKM Pizza Omi. UKM Pizza Omi merupakan UKM yang bergerak dalam bidang kuliner rumahan. UKM ini sanggup membuat dan mengemas pizza sesuai dengan permintaan konsumen yang dilakukan 2-5 hari sebelum pizza dikonsumsi. Berdasarkan hasil wawancara tim pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali terhadap pemilik UKM yakni ibu Lina Heryati, mengatakan bahwa Pizza Omi berdiri sejak pertengahan 2020, di mana dalam hal ini UKM dapat menyediakan Pizza dengan ukuran small dan medium serta memiliki 6 varian rasa (topping) antara lain Chicken, Cheers Mushroom, Meat Lover, Chicken Mushroom, Sosis Pizza dan Cheese, namun yang paling diminati konsumen adalah Chicken Mushroom, Sosis dan Cheese Pizza. Gambar 1 adalah tiga jenis pizza yang paling diminati konsumen Pizza Omi.



Gambar 1. Tiga varian pizza yang paling diminati konsumen

Beberapa pengabdian masyarakat serupa yang telah dilaksanakan oleh tim ITB STIKOM Bali di antaranya adalah, pertama, bertajuk "Perancangan Label Kemasan Aneka Kue dan Banner Sebagai Media Promosi" oleh Gautama, dkk. Pada tahun 2019, yang membantu mitra *home industry* usaha kue May's Kitchenette dengan desain dan label kemasan, edukasi pelatihan peningkatan kualitas olahan kue,

serta pemberian alat pemasak kue yaitu oven kompor.

Pengabdian masyarakat yang kedua adalah "Peningkatan Mutu dan Kemasan Produksi Urutan Bali Home Industry Kelompok Disabilitas Bengkala, Buleleng, Bali" (Putri, dkk., 2019). PKM ini didanai oleh Hibah Dikti. PKM ini membantu mitra ibu-ibu PKK yang membina ibu-ibu disabilitas di Desa Bengkala yang memproduksi *urutan*, sosis tradisional Bali. Kegiatan PKM ini meliputi: edukasi pelatihan memasak urutan dan sosis gaya Barat menggunakan kulit sosis berbahan dasar *collagen*, pengenalan tentang buku kas untuk mengatur keuangan, serta pemberian alat penghalus daging dan *stuffer*, pemberian desain dan printing label dan papan penunjuk lokasi usaha serta kemasan plastik *vaccum*.

Kegiatan PKM tidak hanya memberikan hal yang belum dimiliki oleh mitra melainkan juga membuat peningkatan atau penyempurnaan dari apa yang telah dimiliki oleh Mitra. Seperti kegiatan yang bertajuk, "Mendesain Ulang Kemasan dan Label Produk Kopi Odah", oleh Sulistyorini, dkk. (2020). Telah dilaksanakan pendampingan mendesain ulang kemasan kopi dan memberikan label kemasan oleh tim kegiatan pengabdian masyarakat STIKOM Bali.

Serupa namun berbeda fokus kegiatan PKM yang telah dilaksanakan oleh tim Pengabdian Masyarakat STIKOM Bali, dengan Ketua Tim Suwirmayanti (2021), di mana kegiatannya meliputi: penambahan varian rasa dan topping kue terang bulan mini, peningkatan jumlah kapasitas produk kue melalui penambahan alat produksi dan yang tidak kalah penting adalah penambahan desain atau logo pada kemasan produk yang berguna bagi konsumen sebagai simbol pengingat produk serta menampilkan informasi atau kontak dari penjual.

"Branding dan Marketing Digital Produk Makanan" oleh Putri, dkk (2022). Pengabdian masyarakat ini telah membantu meningkatkan kemampuan mitra yakni

usaha makanan rumah tangga (*home industry*), Pawon Noya Healthy food dalam melaksanakan marketing dengan menggunakan media sosial *Instagram*, dan juga dengan mempersiapkan label kemasan dengan desain logo yang dibuatkan oleh tim pelaksana pengabdian kepada masyarakat.

Demikian beberapa kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang serupa, yang pernah dilaksanakan oleh Tim PKM Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali.

### TINJAUAN TEORI

Berdasarkan uraian pada Latar Belakang, dapat ditemukan ada tiga masalah yang tengah dihadapi oleh Mitra, sebagai berikut:

- a. Mitra belum memiliki *mixer dough* untuk membantu mencampur semua bahan yang diperlukan dengan cepat dan tepat. Pada Gambar 2 terlihat proses pencampuran bahan-bahan adonan kue dilakukan secara manual dengan tangan. Hal ini membuat waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan pesanan pizza menjadi lebih lama.



Gambar 2: Proses pembuatan adonan dough menggunakan tangan (tanpa mixer dough)

- b. Mitra tidak paham dan tidak memiliki pengetahuan tentang pentingnya memiliki media sosial sebagai media promosi dan pemesanan online, karena jika menggunakan via *chatting whatsapp*, resiko yang mungkin dapat terjadi adalah error pada aplikasinya, sehingga ada beberapa pesanan yang tidak dipenuhi karena tidak terbaca.

- c. Mitra belum memiliki label kemasan yang dapat berfungsi sebagai profil serta informasi singkat UKM, sehingga bagi konsumen sulit dapat mengetahui informasi tentang bagaimana pemesanan produk.

Identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh mitra diperoleh dengan mengadakan observasi dan wawancara awal dengan mitra dan bersamaan dengan itu juga menanyakan kesediaan mitra untuk diajukan sebagai tempat pelaksanaan PKM.

### METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri atas empat tahap yaitu tahap pertama adalah sosialisasi kegiatan kepada mitra, tahap kedua adalah pemberian alat mixer dough, tahap ketiga adalah pembuatan google form dan pelatihan penggunaan google form kepada mitra dan tahap terakhir adalah *monitoring* dan evaluasi kegiatan untuk mengetahui tingkat keberhasilan kegiatan pengabdian.

Prosedur kerja kegiatan PKM ini dapat digambarkan seperti rencana kegiatan yang dapat dilihat pada Gambar 3:



Gambar 3: Prosedur kerja kegiatan pengabdian

#### 1. Tahap Sosialisasi.

Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan

dan tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan pemilik UKM Mitra dengan cara duduk dan pembahasan bersama.

## 2. Tahap Pemberian Mixer Dough.

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali memberikan alat yang diperlukan oleh Mitra yakni *mixer dough*. Adapun tujuan diberikan alat ini adalah untuk meningkatkan dan mempercepat proses produksi serta mengurangi resiko terjadinya keterlambatan dalam membuat adonan dough sehingga pizza lebih cepat ready dan dikirimkan kepada customer.

## 3. Tahap Pembuatan desain label box kemasan serta pelatihan Promosi Online.

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali membantu UKM Mitra membuat desain label box. Desain label box ini digunakan untuk memperkenalkan produsen pada konsumen yang melakukan pemesanan pizza pada Pizza Omi di kemudian hari. Hal ini dapat mempermudah konsumen mencari referensi menu, dan mempermudah konsumen memesan selain melalui WhatsApp juga dapat melakukan pemesanan dengan memberikan komentar terhadap produk di media sosial secara online. Sebelumnya untuk pemesanan Mitra UKM menggunakan chatting via WhatsApp, yang ternyata adanya resiko pesan yang tidak terbaca, pesan yang error ataupun aplikasi yang error. Peserta pelatihan berjumlah 4 orang yang terdiri dari pemilik dan karyawan mitra dengan metode ceramah dan praktek langsung.

## 4. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Pada tahap ini tim pengabdian masyarakat ITB STIKOM Bali melakukan monitoring dan evaluasi

terhadap UKM Mitra dengan melakukan kuesioner yang diberikan kepada UKM Mitra, dengan tujuan melihat dan mengetahui seberapa besar pengabdian masyarakat ini dapat berguna dan tepat sasaran bagi UKM Mitra.

Seluruh rangkaian proses kegiatan Pengabdian Masyarakat dibuatkan dokumentasi berupa foto dan video di mana pelaksanaan tahap ini dibantu oleh tim anggota mahasiswa.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh tim ITB STIKOM Bali adalah metode offline. Dimana setiap kegiatan dilakukan dengan melakukan kunjungan langsung ke kediaman mitra yang sekaligus menjadi tempat mitra menerima, memproses hingga melakukan transaksi pesanan dari setiap pelanggan. Petunjuk pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dilihat di bawah ini.

### A. Sosialisasi Pelatihan Desain Label Kemasan

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, untuk mengatasi permasalahan mitra terlebih dahulu dilaksanakan sosialisasi pelatihan desain label kemasan. Pelatihan desain label kemasan ini dilakukan secara offline, dan seluruh tim pelaksana pengabdian masyarakat mengikuti pelatihan tersebut. Tahapan ini diawali dengan pengantar oleh Ketua Pelaksana tentang pentingnya desain label kemasan. Sebelumnya, dalam kunjungan tersebut, Ketua Pelaksana sudah melakukan diskusi kecil dengan rumah mitra, yakni di kawasan Perumahan Jimbaran Gang 2 No 99.



**Gambar 4:** Sosialisasi pelatihan desain label kemasan bersama di lokasi mitra

#### b. Pelatihan Desain Label Kemasan

Mengacu kepada salah satu kegiatan PKM serupa yang diangkat oleh Dian Rahmani Putri bersama rekan (2019), pada artikelnya menjelaskan bahwa pematapan manajemen usaha dan strategi pemasaran IRT Kelompok Disabilitas di Desa Bengkala, telah memperoleh solusi melalui kegiatan: Penentuan Branding dan Pembuatan Papan Nama, label kemasan, dan sarana promosi online. Pada artikel lainnya, I Made Bhaskara Gautama dan rekan (2019) menyatakan bahwa kegiatan PKM serupa dilakukan untuk membantu pengelola usaha dalam merancang label dan banner sehingga dapat digunakan sebagai media promosi. Perancangan dilakukan dengan menggunakan beberapa metode dan teori tentang desain kemasan sehingga dapat menciptakan desain label dan banner yang mampu menstimulasi nafsu makan konsumen dan memberi ingatan visual sehingga produk lebih mudah diingat.

Langkah implementasi kegiatan telah dilaksanakan berupa pelatihan desain kemasan secara offline. Kegiatan dibuka oleh Ketua Pelaksana yang menyampaikan tujuan pelatihan dan dilanjutkan presentasi materi ajar pembuatan desain label kemasan menggunakan aplikasi Canva. Gambar 5 adalah materi yang disampaikan pada saat pelatihan. Gambar 6 dokumentasi saat berlatih merancang label kemasan.



**Gambar 5:** Materi Pelatihan



**Gambar 6:** Perancangan desain menggunakan aplikasi Canva

Gambar 7 menunjukkan beberapa contoh desain label yang ditawarkan kepada mitra, dan akhirnya disepakati satu yang dipilih oleh mitra.



**Gambar 7:** Beberapa desain yang ditawarkan kepada mitra

Dari beberapa desain yang ditawarkan kepada mitra telah dipilih sebuah desain yang dinilai menarik untuk label kemasan box. Desain yang dipilih ditampilkan pada Gambar 8 di bawah ini.



Gambar 8: Desain yang dipilih mitra sebagai label kemasan

### c., Penyerahan alat penunjang

Pada tahap ini tim pelaksana pengabdian menyerahkan alat penunjang produksi mitra yang di antaranya *mixer dough* dan hasil cetak label kemasan yang telah dipilih oleh mitra. Finalisasi kemasan yang telah disetujui. Mixer yang diberikan kepada mitra adalah mixer dengan jenis *idealife Stand Mixer il 221s*. Pemilihan mixer ini berdasarkan permintaan mitra, di mana kebutuhannya untuk dapat membuat adonan *dough* dengan porsi 4-5 kg dalam satu kali pencampuran bahan. Dengan demikian, proses pembuatan *dough* menjadi lebih cepat, kuantitas *dough* yang dihasilkan lebih banyak daripada mixer sejenis lainnya. Mixer *dough* ini menjadi lebih tepat guna. Selain mixer *dough*, pelaksana pengabdian menyerahkan label kemasan kepada mitra. Label kemasan yang diberikan sesuai dengan desain yang disetujui oleh mitra sebelum dicetak. Berikut adalah dokumentasi penyerahan alat penunjang dari tim pelaksana untuk mitra. Dokumentasi penyerahan mixer dan box yang telah ditempel stiker desain yang disetujui oleh mitra, terlihat pada Gambar 9.



Gambar 9: Penyerahan mixer dan desain box

## SIMPULAN

Pizza Omi merupakan salah satu usaha makanan yang biasa dibuat hanya ada orderan via telpon atau pelanggan datang langsung untuk memesan pizza. Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Ibu Lina Heryanti yang didampingi oleh suami dan kedua orang anaknya. Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berjalan dengan lancar, walaupun terdapat kendala teknis namun dapat diselesaikan dengan sangat baik oleh mitra maupun tim pelaksana. Berdasarkan keseluruhan kegiatan yang telah dilaksanakan, dapat ditarik benang merah bahwa permasalahan mitra mengenai manajemen produksi sudah teratasi dengan benar. Usaha mitra menjadi lebih terpercaya dengan adanya branding label kemasan serta berdaya saing dengan adanya informasi kontak dan juga kegiatan pemasaran secara aktif melalui media sosial yang ada. Rencana untuk tahap selanjutnya serangkaian dengan PKM ini adalah memberikan pemantapan konten dan tindak lanjut proses dalam kegiatan pemasaran melalui Media Sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Gautama, I.M.B., Putri, D.R., (2019) "Perancangan Label Kemasan Aneka Kue dan Banner Sebagai Media Promosi", WIDYA BHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, 1(2), pp. 14-20. Available at: [https://widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widya\\_bhakti/article/view/44](https://widyabhakti.stikom-bali.ac.id/index.php/widya_bhakti/article/view/44)
- [2] Putri, D.R., Suniantara, IKP, Suardika, IG, & Sujana, IM. (2019). PENINGKATAN MUTU DAN KEMASAN PRODUKSI URUTAN BALI HOME INDUSTRY KELOMPOK DISABILITAS BENGKALA, BULELENG, BALI. Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS, 5(2), 30-48. doi:10.31940/bp.v5i2. 1476
- [3] Putri, D. R., Deniari, N. K., Yusadara, I. G. P. M., Cahyani, N. M. J., Santika, K. D. and Wicaksana, G. H. M. (2022) "Branding dan Marketing Digital Produk Makanan", Bhakti Persada Jurnal Aplikasi

IPTEKS, 8(1), pp. 9–17. doi: 10.31940/bp.v8i1.9-17.

[4] Sulistyono Rini, E., Sri Arini, N. W. and Vony Purnama, I. G. A. (2020) “Mendesain Ulang Kemasan dan Label Produk Kopi Odah”, WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, 2(3), pp. 99-106. doi: 10.30864/widyabhakti.v2i3.204.

[5] Suwirmayanti, N. L. G. P., Hadi, R., Permana, P. A. G., Sukerti, N. K., Risky Setiawan, I. K. and Aria Chandra Vijaya, I. G. N. (2021) “Penambahan Desain Kemasan dan Varian Rasa Pada Usaha Jajan Terang Bulan Mini”, WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer, 3(2), pp. 75-82. doi: 10.30864/widyabhakti.v3i2.256.