



Strategi Kreatif Untuk Meningkatkan Penjualan Madu UMKM Raya Honey Sibetan Melalui *Re-Packaging*

Ni Putu Suci Meinarni¹, Rizkita Ayu Mutiarani², I Gusti Ayu Agung Mas Aristamy³, Netty Amelia⁴,
I Wayan Yoga Widya Putra⁵, I Kadek Dwi Mahendra Putra⁶, I Made Adi Swardana⁷
^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknologi dan Informatika, Institut Bisnis
dan Teknologi Indonesia (INSTIKI), Denpasar, Bali
Email: ¹sucimeinarni@instiki.ac.id, ²ayumutiarani@instiki.ac.id,
³agungmas.aristamy@instiki.ac.id, ⁴nettyamelia1410@gmail.com,
⁵wayanwidya666@gmail.com, ⁶dwimahendra1703@gmail.com, ⁷adi.swardana02@gmail.com

Naskah Masuk 24 September 2023	Naskah Direvisi 29 September 2023	Naskah Diterima 30 September 2023
-----------------------------------	--------------------------------------	--------------------------------------

Tujuan: tujuan dari pengabdian ini adalah untuk meningkatkan penjualan produk madu UMKM Raya Honey Sibetan melalui *re-packaging* kemasan botol madu milik UMKM Raya Honey Sibetan.

Metode: metode yang digunakan meliputi identifikasi pengemasan produk, produksi desain kemasan dan penerapan pada kemasan botol madu.

Hasil: hasil dari pengabdian ini berupa kemasan *re-packaging* yang didesain menyesuaikan dengan tren saat ini agar dapat diterima oleh pasar dan memiliki ciri khas atau identitas produk.

Implikasi: terdapat 4 poin kesimpulan dari pengabdian ini, yaitu: Adanya peningkatan penjualan, peningkatan kesadaran merek, peningkatan citra dan persepsi kualitas, penyesuaian dengan perubahan pasar.

Kata Kunci: Packaging Produk, *Re-Packaging*, UMKM, Madu.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan dalam perekonomian nasional Indonesia. Keberadaan UMKM jauh lebih meluas daripada bisnis besar (Sanjaya & Nuratama, 2021). Pada tahun 2022, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional sangat besar dalam upaya pemulihan ekonomi nasional (Meinarni et al., 2020). Salah satu produk UMKM yang menjanjikan adalah madu yang dihasilkan oleh lebah klanceng, juga dikenal sebagai Apis Trigona. Lebah klanceng memiliki beragam keunggulan dalam pemeliharannya, seperti kemudahan adaptasi, kestabilan populasi, ketiadaan sengatan, ketersediaan pakan yang mudah, serta tidak memerlukan lahan budidaya yang luas (Ariyanto et al., 2021).

Budidaya lebah klanceng juga menguntungkan berkat harga tinggi yang diberikan untuk madu dan propolis yang dihasilkannya. Selain itu, madu klanceng memiliki beragam manfaat kesehatan. Madu ini mengandung senyawa flavonoid dan asam fenolik yang memiliki sifat antioksidan dan anti-inflamasi (Octaviani, 2021). Senyawa-senyawa ini dapat memperkuat sistem kekebalan tubuh, melindungi dari penyakit, dan mendukung penyembuhan luka pada kulit. Madu lebah klanceng mengandung senyawa probiotik dan enzim yang mendukung kesehatan saluran pencernaan dan mencegah masalah pencernaan (Harjanto et al., 2020). Antioksidan dalam madu klanceng juga berperan dalam menjaga kesehatan jantung dengan melindungi tubuh dari radikal bebas. Selain itu, sifat

antibakteri dan antivirus madu klanceng dapat membantu meredakan gejala flu dan pilek.

Dengan mempertimbangkan manfaat dan kemudahan dalam budidaya madu lebah klanceng, banyak UMKM yang terlibat dalam usaha ini, salah satunya adalah Raya Honey Sibetan. Raya Honey Sibetan, yang didirikan pada tahun 2021, telah memasarkan madu lebah klanceng berkualitas tinggi. UMKM ini berlokasi di Br. Dinas pengawan, Desa Sibetan, Kecamatan Bebandem, Kabupaten Karangasem, Bali, dan dikelola oleh I Kadek Swanjaya. Ia secara pribadi membudidayakan lebah klanceng dan menghasilkan madu di rumahnya di Karangasem. Raya Honey Sibetan saat ini memiliki sebanyak 20 koloni lebah klanceng. Produksi madu lebah klanceng sangat dipengaruhi oleh musim bunga, dimana dalam musim tersebut, setiap koloni mampu menghasilkan sekitar 1 liter madu setiap bulannya. Namun, ketika musim bunga tidak berlangsung, produksi madu klanceng berkurang menjadi 1 liter per koloni setiap tiga bulan sekali. Sebagai hasilnya, Raya Honey Sibetan mampu menjual sekitar 30 liter madu setiap bulannya, dengan keuntungan bruto mencapai Rp.4.500.000 dan keuntungan bersih sebesar Rp.4.000.000. UMKM ini telah resmi terdaftar dengan Nomor Induk Berusaha (NIB) dan juga telah memperoleh sertifikasi Produk Industri Rumah Tangga (P-IRT). Gambar 1 merupakan produk madu yang dihasilkan, dan Gambar 2 merupakan proses produksi madu lebah klanceng yang dilakukan oleh Raya Honey Sibetan.



Gambar 1. Produk UMKM Raya Honey Sibetan
[Sumber: Instagram @raya_honey_sibetan]



Gambar 2. Proses Produksi Madu Lebah Klanceng
[Sumber: Instagram @raya_honey_sibetan]

Madu lebah klanceng yang dipasarkan oleh Raya Honey Sibetan dikemas dalam berbagai ukuran botol plastik, yaitu 100ml, 250ml dan 500ml. Desain merek pada kemasan botol madu Raya Honey Sibetan saat ini masih tergolong sederhana, dengan gambar lebah beserta tulisan merek dan tagline usaha yang menyebutkan "*organic pure raw and natural honey 100%*". Desain ini belum sepenuhnya mencerminkan identitas Raya Honey Sibetan. Pentingnya memiliki desain yang mencerminkan identitas usaha tidak boleh diabaikan, karena identitas tersebut akan membantu dalam mengenalkan merek atau bisnis kepada calon konsumen (Handayani et al., 2020). Identitas usaha yang terlihat jelas dan konsisten memiliki potensi untuk membangun kesan positif serta meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan konsumen terhadap bisnis tersebut. Desain yang menggambarkan identitas usaha menjadi faktor penting untuk memperkuat merek, membedakan bisnis dari pesaing, dan menciptakan kesan profesionalisme serta kredibilitas yang kuat pada mata konsumen potensial (Mutiarani et al., 2020). Gambar 3 adalah desain kemasan botol madu Raya Honey Sibetan yang saat ini digunakan.

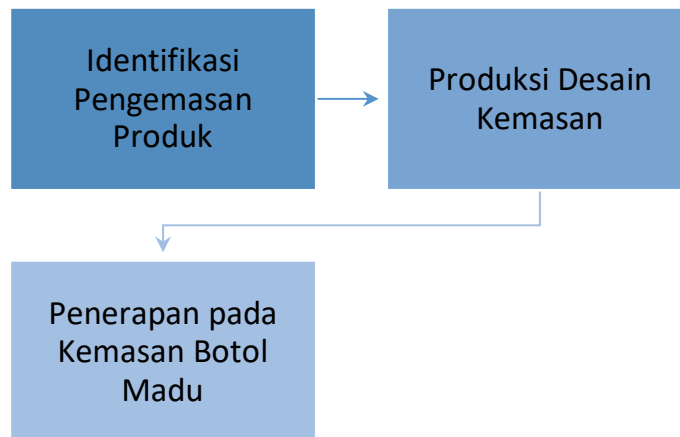


Gambar 3. Desain pada Kemasan Botol Madu
[Sumber: Instagram @raya_honey_sibetan]

Berdasarkan situasi dan permasalahan yang dialami oleh UMKM Raya Honey Sibetan dalam hal *packaging* atau kemasan, maka solusi yang diberikan melalui pengabdian ini adalah mendesain ulang kemasan atau *repackaging* botol madu Raya Honey Sibetan yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik, identifikasi, citra dan persepsi kualitas dari produk madu yang ditawarkan.

METODE

Permasalahan yang difokuskan pada pengabdian ini yaitu pengemasan ulang pada kemasan botol madu UMKM Raya Honey Sibetan. Gambar 4 berikut ini adalah gambaran dan tahapan dari metode pelaksanaan untuk solusi permasalahan yang dapat diterapkan.



Gambar 4. Metode Pelaksanaan Solusi Permasalahan Kemasan

Penjelasan dari metode pelaksanaan diatas sebagai berikut:

- 1) Identifikasi pengemasan produk yang terjadi saat ini adalah mitra masih menggunakan botol plastik dalam pengemasan madu dan tidak adanya identitas mitra yang terlihat pada kemasan tersebut.
- 2) Produksi desain kemasan: Desain kemasan yang ditawarkan berupa desain ulang dari kemasan botol madu, yaitu untuk memberikan identitas yang dapat memperkuat citra usaha mitra, meningkatkan nilai produk yang dapat memberikan kesan profesional dan produk yang dijual berkualitas tinggi, serta menarik perhatian konsumen yang dapat membedakan dengan produk pesaing mitra.
- 3) Penerapan pada kemasan botol madu: Desain kemasan baru yang telah di desain ulang untuk produk botol madu produk akan diterapkan agar produk botol madu lebih menarik dan lebih cepat dikenali oleh konsumen.

HASIL

Pada sub bab ini membahas mengenai hasil dari *re-packaging* produk botol madu UMKM Raya Honey Sibetan. Gambar 5 berikut ini merupakan hasil *re-packaging* botol madu UMKM Raya Honey Sibetan untuk botol ukuran 100ml dan 500ml.



Gambar 6. Desain *Re-Packaging* Botol Madu UMKM Raya Honey Sibetan ukuran 100ml



Gambar 7. Desain *Re-Packaging* Botol Madu UMKM Raya Honey Sibetan ukuran 500ml



Gambar 8. Desain *Re-Packaging* Botol Madu UMKM Raya Honey Sibetan ukuran 100ml dan 500ml

Melalui *re-packaging* produk botol madu UMKM Raya Honey Sibetan ini, menghasilkan desain kemasan produk yang terlihat lebih kekinian dan mengikuti trend pasar. Produk didesain mengikuti trend dengan tujuan agar produk lebih cepat diterima oleh target pasar dan dapat memberikan informasi kepada konsumen mengenai identitas produk yang dijual oleh UMKM Raya Honey Sibetan, yaitu menjual madu yang memiliki banyak manfaat untuk kesehatan.

IMPLIKASI

Kesimpulan

Terdapat 4 poin kesimpulan melalui *re-packaging* produk botol madu UMKM Raya Honey Sibetan, yaitu:

1. Adanya peningkatan penjualan: melalui *re-packaging* produk dapat menarik perhatian konsumen dan menciptakan kesan yang lebih positif, melalui hal tersebut dapat berdampak pada peningkatan penjualan produk.
2. Peningkatan kesadaran merek: melalui *re-packaging* yang efektif dapat membantu dalam meningkatkan kesadaran merek di pasar dan membedakan produk dari pesaing.
3. Peningkatan citra dan persepsi kualitas: melalui kemasan yang lebih menarik dapat membantu meningkatkan persepsi konsumen tentang kualitas produk.
4. Penyesuaian dengan perubahan pasar: melalui kemasan yang disesuaikan dengan perubahan preferensi konsumen atau tren pasar, ini dapat membantu UMKM Raya Honey Sibetan tetap relevan dan bersaing efektif.

Saran

Terdapat beberapa saran yang dapat dilakukan dari pengabdian ini, yaitu:

1. Dapat lebih berfokus pada media yang digunakan dalam penjualan produk.
2. Dalam jangka waktu 5 tahun kedepan, perlu untuk dilakukan *re-packaging* kembali untuk menyesuaikan desain dan mengikuti trend pada saat itu.

ACKNOWLEDGMENT

Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Institusi yang telah memfasilitasi penelitian ini yaitu Institut Bisnis Dan Teknologi Indonesia serta Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia atas pembiayaan yang telah diberikan untuk mendukung penelitian kami.

REFERENSI

- Ariyanto, D. P., Agustina, A., & Widiyanto, W. (2021). Budidaya Lebah Klanceng sebagai Ekonomi Alternatif Masyarakat Sekitar KHDTK Gunung Bromo UNS. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 5(1), 84. <https://doi.org/10.20961/prima.v5i1.45231>
- Handayani, J., Deriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Journal of Business and Banking*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>
- Harjanto, S., Mujiyanto, M., Arbainsyah, & Ramlan, A. (2020). *Meliponikultur | Petunjuk praktis Budidaya Lebah Madu Kelulut Sebagai Alternatif Mata Pencarian Masyarakat*. <https://www.goodhopeholdings.com/>
- Meinarni, N. P. S., Iswara, I. B. A. I., Wijaya, I. N. S. W., & Willdahlia, A. G. (2020). *UMKM Goes Online Regulasi E-Commerce*. Deepublish.
- Mutiarani, R. A., Novitasari, D., & Gede Andika, I. (2020). PERANCANGAN DESAIN LOGO UNTUK APLIKASI WEB DAN ANDROID "NULISBALI." *Jurnal Nawala Visual*, 2(1). <https://jurnal.std-bali.ac.id/index.php/nawalavisual>

- Octaviani, W. (2021). *STUDI PERBANDINGAN LEBAH DAN PRODUK MADU MELIPONIKULTUR DI DESA PINCARA DAN DI DESA MAPPEDECENG KABUPATEN LUWU UTARA PROVINSI SULAWESI SELATAN (COMPARATIVE STUDY OF BEES AND MELIPONICULTURAL HONEY PRODUCTS IN PINCARA VILLAGE AND MAPPEDECENG VILLAGE, NORTH LUWU REGENCY)*.
- Sanjaya, P. K. A., & Nuratama, I. P. (2021). *Tata Kelola Manajemen & Keuangan Usaha Mikro Kecil Menengah* (Vol. 1). CV. CAHAYA BINTANG CEMERLANG.