

**DESAIN PEMASARAN DIGITAL, KEMASAN DAN LABEL PADA UMKM EMBAL  
IBU BAINA NEGERI YAPUTIH KECAMATAN TEHORU  
KABUPATEN MALUKU TENGAH**

**M. Faqih Fauzan Tehuayo<sup>1)</sup>, Dian Utami Sutiksno<sup>2)</sup>, Evandro A. W. Manuputty<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Ambon

<sup>2)</sup>memberdim2@gmail.com\*

**ABSTRACT**

Ibu Baina's embalming business does not have digital media marketing Facebook, Instagram, and is not even recorded on Google Maps. Packaging only uses ordinary plastic bags for products. the packaging used is not safe food grade for packing food/beverage products, does not have a packaging product label. the goal to be achieved is to carry out a marketing strategy "designing digital marketing, packaging and labels for MSMEs Embal Ibu Baina.

This research is applied research that aims to provide solutions to certain problems and this applied research is included in the type of action research. The object of this research is Baina Negeri Yaputih's embal business. The analysis technique used in this study refers to the Miles and Huberman model or interactive data analysis, namely: data collection, data reduction, data presentation, and verification/drawing conclusions.

The author makes digital marketing alternatives starting from registering business locations on Google Maps, creating Facebook accounts and Instagram accounts. In addition, there are design stages to innovating plastic bag packaging into standing pouch packaging with a thickness of 120 microns, procuring product labels using the Canva application as a design medium and Waterproof Glossy Photo Paper sticker with a label size of 10 x 14 cm as label material. Business places that are not recorded on Google Maps are registered so that potential customers can easily find a place of business, create Facebook and Instagram accounts that aim to sell and market products. using a 20 x 29 cm standing pouch to innovate packaging from old packaging/plastic bags and design labels that are not owned by the standard IRT (Household Industry) label

Keywords: Marketing, Packaging, Labels, Products.

**ABSTRAK**

Usaha embal ibu Baina tidak memiliki media digital pemasaran Facebook, Instagram, bahkan tidak terdata pada Google Maps. Kemasan hanya menggunakan kresek plastik biasa untuk produk. kemasan yang digunakan tidak food grade yang aman untuk mengemas produk makanan/minuman, tidak memiliki label produk kemasan. tujuan yang akan dicapai adalah melakukan strategi pemasaran "mendesain pemasaran digital, kemasan, dan label pada UMKM embal ibu Baina.

Penelitian ini adalah penelitian terapan yang bertujuan untuk memberi solusi atas permasalahan tertentu dan penelitian terapan ini masuk dalam jenis penelitian tindakan. Objek penelitian ini adalah Usaha embal ibu Baina Negeri Yaputih. Teknik analisa yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman atau analisis data interaktif yaitu: pengumpulan data, reduksi data penyajian data, dan verifikasi/penarikan kesimpulan.

Penulis membuat alternatif pemasaran secara digital mulai dari pendaftaran lokasi usaha pada Google Maps, pembuatan akun Facebook dan akun Instagram. selain itu ada tahapan rancangan hingga menginovasikan kemasan kresek plastik ke kemasan standing pouch dengan ketebalan 120 micron, mengadakan label produk dengan menggunakan aplikasi canva sebagai media desain dan kertas stiker Waterproof Glossy Photo Paper dengan ukuran label 10 x 14 cm sebagai material label. Tempat usaha yang tidak tercatat pada Google Maps didaftarkan agar calon konsumen mudah menemukan tempat usaha, membuat akun Facebook dan Instagram yang bertujuan untuk menjual dan memasarkan produk. menggunakan standing pouch ukuran 20 x 29 cm untuk menginovasikan kemasan dari kemasan yang lama/kresek plastik dan mendesain label yang tidak dimiliki dengan standar label IRT (Industri Rumah Tangga)

Kata Kunci: Pemasaran, Kemasan, Label, Produk

1. PENDAHULUAN

Usaha embal ibu Baina adalah suatu UMKM yang terletak pada Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Usaha embal ibu Baina bergerak di bidang kuliner, usaha ini merupakan usaha kuliner khas negeri Yaputih dimana pada pesisir Kabupaten Maluku Tengah hanya negeri Yaputih yang memproduksi dan menjual embal.

Embal merupakan makanan khas Maluku yang terbuat dari singkong yang diparut dan diperas (gepe), kemudian gepe dihaluskan dan menjadi tepung singkong. Untuk rasa jeruk, tepung singkong dicampurkan dengan bubuk rasa jeruk, dan untuk rasa original hanya menggunakan tepung singkong saja. Setelah itu tepung singkong dipanggang pada tempat pemanggangan selama kurang dari 30 detik, dan selesai pemanggang embal dijemur dibawah terik matahari selama 1-2 hari, dan embal siap di kemas.

Gambar 1.1.  
Proses Produksi Embal



Sumber: UMKM embal ibu Baina Tahun 2022.

Pada gambar di atas adalah proses produksi embal dari tahapan memarut singkong sampai dengan tahap menjemur embal. Produksi embal dilakukan secara massal, artinya produksi keseluruhan embal dibuat secara bersamaan. Dalam usaha embal ibu Baina produk yang ditawarkan berupa embal rasa *original* yang berwarna putih, dan rasa jeruk yang berwarna jingga mudah. Dan berikut ini adalah daftar produk embal yang dijual pada usaha embal ibu Baina negeri Yaputih.

Tabel 1.1.  
Daftar Produk Usaha Embal Ibu Baina

| No. | Nama Produk           | Berat Bersih | Harga      | Masa konsumsi |
|-----|-----------------------|--------------|------------|---------------|
| 1   | Embal <i>original</i> | 1.850 gram   | Rp. 25.000 | 1 tahun       |
| 2   | Embal jeruk           | 1.850 gram   | Rp. 25.000 | 1 Tahun       |

Sumber: UMKM embal ibu Baina Tahun 2022..

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa produk yang diproduksi hanya dua varian rasa yaitu embal rasa *original* dan rasa jeruk. Untuk penjualan yang dilakukan oleh usaha embal ibu Baina ada beberapa metode yang dilakukan yaitu penjualan dilakukan di dalam negeri Yaputih atau tempat usaha ibu Baina, selain itu usaha embal ibu Baina menjajakan produknya ke negeri-negeri (kampung) yang ada pada Kecamatan Teluti, Kecamatan Tehoru, Kecamatan Amahai, hingga ke pusat kabupaten (Masohi).

Produk yang dijajakan biasanya langsung laku terjual. Namun, sering juga sebagian produk yang dijajakan tidak semuanya laku terjual, sehingga ibu Baina selaku pemilik usaha embal ibu Baina harus menginap pada lokasi jajakan embal tersebut, biasanya pada negeri di kecamatan Telutih, Tehoru, Amahai maupun Kota Masohi. Selain dari pada metode penjualan usaha embal ibu Baina yang dijelaskan di atas, usaha embal ibu

Baina juga biasa mengirimkan produk ke Banda, Masohi, dan Kota Ambon, tetapi itu dilakukan ketika hanya ada pesanan dari langganannya melalui panggilan telepon dan tidak ada pengiriman selain itu karena hanya sedikit konsumen yang mengenal usaha embal ibu Baina, sebab tidak ada alternatif lain seperti pemasaran digital untuk mempromosikan produk usaha embal ibu Baina.

Namun, produk yang dihasilkan oleh usaha embal ibu Baina cukup diterima oleh langganannya yang berasal dari dalam negeri Yaputih dan luar negeri Yaputih, seperti pada tabel penjualan produk dibawah ini. Berikut adalah data penjualan per unit produk hasil produksi usaha embal ibu Baina pada tahun 2018-2021.

**Tabel 1.2.**  
**Data Penjualan Produk Tahun 2018-2021.**

| Tahun        | Nama Produk | Harga Per Kemasan | Terjual     | Pendapatan      | HPP           | Laba           |
|--------------|-------------|-------------------|-------------|-----------------|---------------|----------------|
| 2018         | Original    | Rp. 25.000        | 829 Kemasan | Rp. 20.725.000  | Rp. 7.867.000 | Rp. 12.858.000 |
|              | Jeruk       | Rp. 25.000        | 600 Kemasan | Rp. 15.000.000  | Rp. 5.946.000 | Rp. 9.054.000  |
| 2019         | Original    | Rp. 25.000        | 740 Kemasan | Rp. 18.500.000  | Rp. 7.027.000 | Rp. 11.473.000 |
|              | Jeruk       | Rp. 25.000        | 495 Kemasan | Rp. 12.375.000  | Rp. 4.700.000 | Rp. 7.675.000  |
| 2020         | Original    | Rp. 25.000        | 739 Kemasan | Rp. 18.475.000  | Rp. 7.027.000 | Rp. 8.775.000  |
|              | Jeruk       | Rp. 25.000        | 388 Kemasan | Rp. 9.700.000   | Rp. 3.707.000 | Rp. 5.993.000  |
| 2021         | Original    | Rp. 25.000        | 750 Kemasan | Rp. 18.750.000  | Rp. 7.107.000 | Rp. 11.643.000 |
|              | Jeruk       | Rp. 25.000        | 430 Kemasan | Rp. 10.750.000  | Rp. 4.100.000 | Rp. 6.650.000  |
| <b>Total</b> |             |                   |             | Rp. 124.275.000 | Rp.47.481.000 | Rp. 76.794.000 |

Sumber: UMKM Embal Ibu Baina Tahun 2022.

Dari data tabel diatas dapat dilihat bahwa konsumen lebih mengkonsumsi/membeli rasa *original* dibandingkan rasa jeruk, dan pada tahun 2018 ke 2019 mengalami penurunan sebesar Rp. 2.764.000., (12,61%) dan pada tahun 2020 juga mengalami penurunan sebesar Rp. 1.707.000., (8,91%), sedangkan pada tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar Rp. 852.000., (4,89%).

Sesuai dengan observasi yang dilakukan oleh penulis dan kondisi yang telah dijabarkan diatas, ada beberapa masalah yang penulis temui dari kondisi yang selama ini terjadi pada usaha embal ibu Baina. Masalah-masalah inilah yang melatarbelakangi penulisan ini, adapun masalah-masalah tersebut adalah:

Usaha embal ibu Baina tidak memiliki media digital pemasaran *Facebook*, *Instagram*, bahkan tidak terdata pada *Google Maps* dan masih memasarkan produk secara manual sehingga jangkauan produk hanya monoton dan pengiriman produk untuk pesanan dilakukan hanya kepada konsumen/langganan yang sudah mengenal produk usaha embal ibu Baina.

Dari pengiriman produk dijumpai beberapa keluhan dari konsumen karena ada sebagian produk yang patah (rusak) disebabkan karena kemasan hanya menggunakan kresek plastik biasa untuk mengemas produk, kemasan yang digunakan juga tidak memiliki standar *food grade* yang aman untuk mengemas produk makanan/minuman, sehingga keamanan dan ketahanan produk masih kurang terjamin.

Dan dikarenakan masih menggunakan kresek plastik biasa sehingga kemasan tidak memiliki label kemasan produk yang menjadi pembeda atau tidak memiliki ciri khas dengan pesaing yang ada pada negeri Yaputih, Berikut adalah gambar kemasan yang digunakan usaha embal ibu Baina.

**Gambar 1.2.**  
**Kemasan Produk**



*Sumber: UMKM embal ibu Baina Tahun 2022.*

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah istilah umum dalam dunia ekonomi yang merujuk kepada usaha ekonomi produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Undang-undang No. 20 tahun 2008. Menurut (Hubeis dkk, 2021) mengemukakan bahwa UMKM merupakan salah satu penggerak utama pembangunan ekonomi karena perannya yang sangat nyata dalam hal penyerapan tenaga kerja.

Embal atau biasa dikenal dengan sebutan babes, merupakan kuliner khas Maluku yang dibuat dari parutan singkong (tepung singkong) yang biasa di sebut gepe. Dalam artikel pangan pedia, masyarakat Maluku pada awalnya menanam sagu sebagai makanan pokok. Namun, suplai sagu yang berkurang di pasaran pada tahun 1970-an membuat banyak petani beralih membuka ladang singkong sejak akhir tahun 1970-an hingga 1980-an. Lambat laun, tanaman ini menjadi favorit di mata masyarakat.

Selain kuliner khas Maluku yang lezat embal juga memiliki manfaat yang lebih karena singkong merupakan umbi-umbian yang kaya pati. Dengan kadar pati yang tinggi, kadar gula yang rendah, dan memiliki efek mengenyangkan, embal cocok bagi penderita diabetes maupun yang sedang menjalani diet sehingga panganan ini layak dijadikan pangan fungsional.

Secara bahasa manajemen berasal dari bahasa Perancis kuno. yaitu management yang berarti seni melaksanakan dan mengatur. Manajemen juga merupakan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi untuk mengurus, mengatur, melaksanakan, dan mengelola kegiatan yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan.

Manajemen pemasaran merupakan suatu proses penetapan tujuan-tujuan pemasaran produk pada organisasi yang membuat perencanaan, dan pelaksanaan aktivitas untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, dan mengukur kemajuan ke arah pencapaiannya.

Menurut (Panjaitan, 2018) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk mengimplementasikan fungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian) kepada suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

Pemasaran digital yaitu proses pengenalan produk atau promosi yang dilakukan secara online, biasanya menggunakan media sosial maupun website. Menurut (Agus, 2021) Pemasaran digital adalah segala bentuk aktivitas pemasaran produk maupun jasa yang dilakukan secara virtual oleh suatu bisnis/perusahaan dengan menggunakan media digital.

Bauran pemasaran merupakan bagian dari konsep pemasaran yang menggabungkan variabel-variabel pemasaran yang digunakan untuk tujuan pemasaran. Bauran pemasaran juga mempunyai peranan yang cukup penting dalam mempengaruhi konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. (Wona dkk, 2021) Bauran pemasaran merupakan hal yang sangat penting dan menjadi prioritas utama yang harus dimiliki setiap perusahaan, di mana bauran pemasaran merupakan suatu cara yang dapat mencapai tujuan dari suatu perusahaan. Menurut (Sulastriya dkk, 2020) aktivitas bauran pemasaran (marketing mix) terdiri dari empat kategori, yaitu; product (produk), price (harga) place (tempat), dan promotion (promosi).

Label merupakan bagian dari produk yang dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya dan juga sebagai suatu informasi/komunikasi kepada konsumen serta memiliki daya tarik tersendiri. Menurut (Musfar, 2021) Label merupakan bagian yang tidak bisa dilepas pisahkan dengan kemasan, dan untuk memberikan informasi mengenai produk dan penjual. Dengan demikian ada hubungan erat antara label dan packaging.

### 3. METODOLOGI

Menjelaskan rancangan penelitian yang akan digunakan yaitu: menjelaskan pengumpulan informasi/data pendukung, menguraikan langkah-langkah untuk membahas/menganalisis (mendefinisikan variabel, teknik komputasi/ mengolah data) serta penjelasan asumsi. Metodologi dapat menggambarkan teknik atau prosedur analisis data. Penelitian ini adalah penelitian terapan yang bertujuan untuk memberi solusi atas permasalahan tertentu dan penelitian terapan ini masuk dalam jenis penelitian tindakan, penelitian tindakan yakni menemukan dan menciptakan tindakan baru terhadap suatu objek penelitian agar hasil yang didapat berkualitas. Menurut Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI), penelitian terapan adalah sebuah penelitian untuk meningkatkan pengetahuan ilmiah dengan hasil penelitian yang dapat diterapkan. Tujuan dari penelitian terapan ialah untuk memperbaiki kondisi riil. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk memecahkan masalah dalam suatu objek yang diselidiki, dengan menggambarkan keadaan subjek dan objek penelitian yang faktual yang terjadi pada objek penelitian, serta disajikan secara sistematis, faktual dan akurat (Endang., 2018).

Penelitian ini dilakukan oleh peneliti pada usaha embal ibu Baina negeri Yaputih yang beralamat kampung Lama, Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Maluku.

Teknik Pengolahan yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman atau analisis data interaktif (dalam Afifatus dkk, 2021) yang terdiri atas Pengumpulan Data, Reduksi Data, Penyajian Data, Verifikasi dan Penarikan kesimpulan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Usaha embal ibu Baina merupakan suatu UMKM yang terletak pada Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Usaha ini didirikan oleh ibu Baina Tehuayo sekaligus pemilik usaha embal ibu Baina, usaha ini bergerak dibidang kuliner dengan menjual kuliner khas Maluku yakni embal, produk yang dijual dari usaha ini merupakan hasil produksi sendiri dari usaha embal ibu Baina. Embal yang terbuat dari umbi kayu yang diparut dan juga diperas (gepe) setelah itu gepe dihaluskan dan di panggang pada tempat pemanggangan. Pada usaha embal ibu Baina memiliki dua varian rasa yang diproduksi dari tahun 2018 s.d tahun 2022 atau sekarang, diantaranya yaitu varian rasa original dan rasa jeruk.

#### a. Embal original

Bahan untuk memproduksi produk ini adalah dari bahan baku pati umbi kayu yang dipanggang pada media pemanggangan untuk rasa original berikut ini adalah gambar varian rasa original:

**Gambar 4.1**

**Produk Rasa *Original***



Sumber: UMKM Embal Ibu Baina Tahun 2022.

a. Embal jeruk

Embal rasa jeruk memiliki bahan baku diantaranya yaitu pati umbi kayu, dan juga bubuk rasa jeruk yang diperoleh dari bubuk segar-sari, berikut gambar embal rasa jeruk:

**Gambar 4.2**  
**Produk Rasa Jeruk**



Sumber: UMKM Embal Ibu Baina Tahun 2022.

Selama melakukan kegiatan bisnis dari dahulu hingga sekarang usaha embal ibu Baina tidak pernah melakukan kegiatan pemasaran berbasis digital seperti memiliki media sosial yang berbasis digital seperti *Facebook*, *Instagram*, bahkan usaha embal ibu Baina tidak terdaftar pada mode pencarian di *Google Maps* dapat dilihat pada gambar dibawah ini:

**Gambar 4.3**  
**Google Maps Negeri Yaputih**



Sumber: Data Diolah (*Google Maps*)

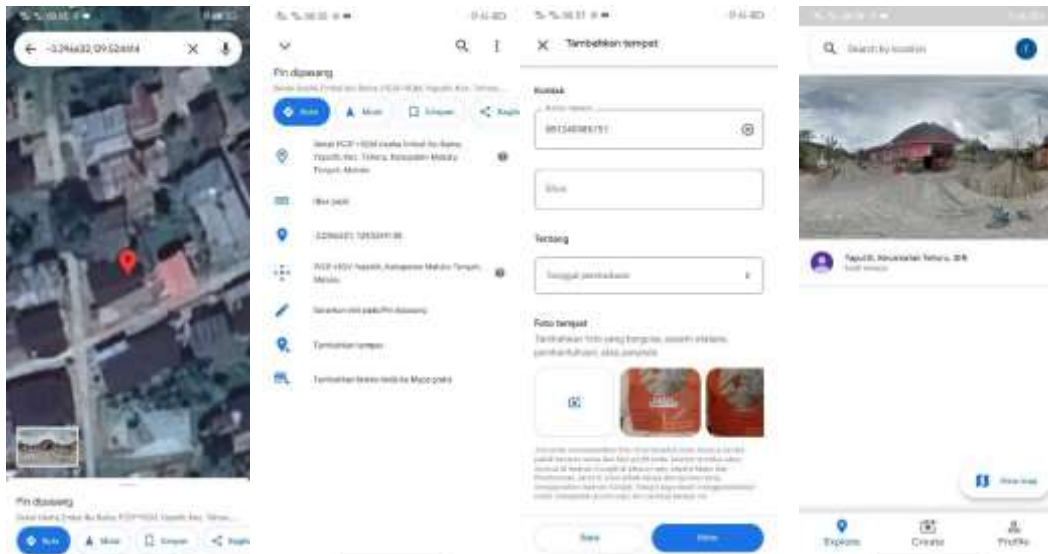
Oleh karena itu terkait dengan pemasaran digital Facebook, Instagram, dan Google Maps perlu adanya pengadaan untuk dapat melakukan pemasaran berbasis digital oleh usaha embal ibu Baina, pembuatan akun Facebook, instagram dan juga pengadaan informasi terkait dengan usaha embal ibu Baina di Google Maps, sekaligus sebagai media promosi berbasis digital,

Google Maps merupakan pemetaan web yang dikembangkan oleh google yang bertujuan untuk membantu seseorang dalam perjalanan maupun menemukan tempat yang ingin dikunjungi, oleh karenanya untuk memudahkan konsumen untuk mendapatkan informasi dan mudah menemukan tempat usaha embal ibu Baina, maka perlunya pembuatan/pendaftaran usaha embal ibu Baina pada Google Maps. Adapun tahapan-tahapan dalam mendaftarkan usaha embal ibu Baina pada Google Maps, berikut ini adalah tahap-tahap mendaftar pada Google Maps:

1. Buka aplikasi Google Maps
2. Temukan lokasi di peta tempat yang ingin di daftarkan (ingin melepas pin), dan perbesar (zoom) untuk melihat lebih jelas
3. Ketuk dan tahan tempat yang ingin di daftarkan sampai melihat pin yang muncul
4. Isi sesuai kolom yang ada pada layar seperti nama tempat dan lain sebagainya
5. Menambahkan gambar 360° (street view)

Berikut ini adalah tahapan-tahapan pendaftaran tempat di Google Maps dalam bentuk gambar:

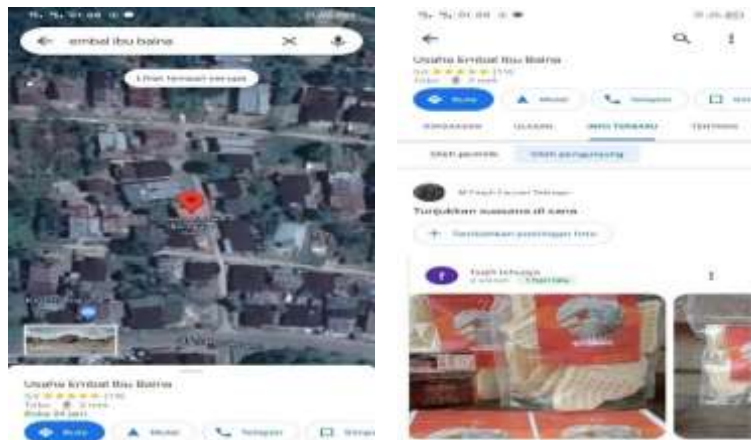
Gambar 4.4  
Tahap Pendaftaran Tempat Usaha pada *Google Maps*



Sumber: Data Diolah (*Google Maps 2022*)

Berikut ini adalah hasil pendaftaran usaha embal ibu Baina pada *Google Maps*:

Gambar 4.5  
Hasil Pendaftaran Tempat Usaha pada *Google Maps*



Sumber: Data Diolah (*Google Maps 2022*)

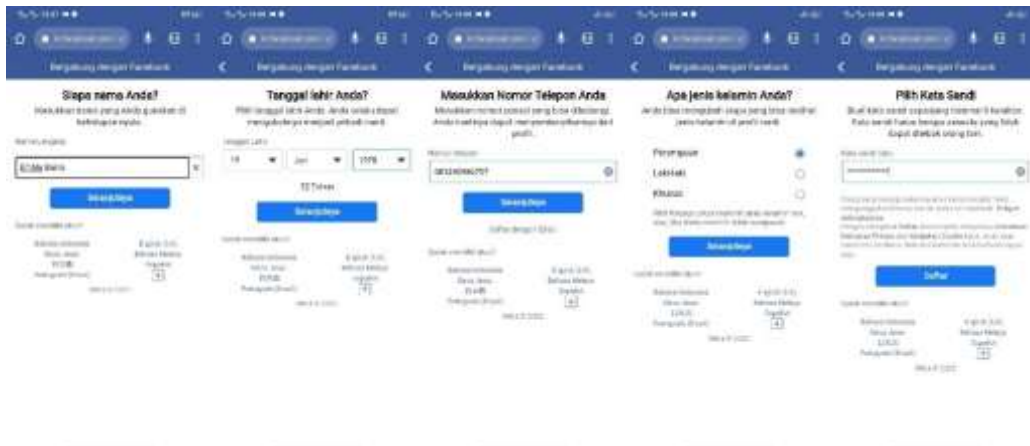
Dari hasil pembuatan lokasi usaha di Google Maps seperti pada gambar diatas penulis mendaftarkan lokasi usaha pada Google Maps sesuai dengan lokasi tempat usaha embal ibu Baina yang bertempat di Negeri Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Penulis menemukan lokasi usaha pada Google Maps dengan nomor pin -3,2966321, 129,5244138. Setelahnya penulis mendaftarkan lokasi dengan nama tempat usaha embal ibu Baina, kategori toko, alamat detail pada Google Maps yakni PG3F+9QM Yaputih, Kecamatan Tehoru, Kabupaten Maluku Tengah, Provinsi Maluku. Dan atribut lain sebagainya.

Facebook merupakan situs yang menghadirkan layanan jejaring sosial yang dapat menjadi media komunikasi antara satu orang dengan yang lainya. Dalam Facebook banyak memiliki alternatif untuk memasarkan maupun menjual produk yang dimiliki, mulai dari group dagang maupun marketplace yang disediakan, namun bagi usaha embal ibu Baina tidak memiliki Facebook yang bertujuan untuk menjajakan dan mempromosikan produk berbasis digital. Di bawah ini adalah tahapan pembuatan akun Facebook bagi usaha embal ibu Baina sebagai berikut:

1. Buka pada link: Facebook.com/r.php
2. Masukkan nama akun yang ingin dibuat
3. Masukkan tanggal lahir pemilik
4. Masukkan nomor handphone
5. Pilih jenis kelamin ( laki-laki/perempuan)
6. Buat kata sandi dan tekan daftar

Berikut ini adalah tahapan-tahapan pendaftaran akun Facebook untuk usaha embal ibu Baina dalam bentuk gambar:

Gambar 4.6  
Tahap Pendaftaran Akun Facebook



Sumber: Data Diolah (Facebook 2022)

Pembuatan Facebook didasarkan pada tahap-tahap pembuatan Facebook di atas mulai dari pengisian nama akun sampai dengan pengisian kata sandi akun Facebook, kemudian akun tersebut bergabung pada Group dagang dan Marketplace yang tersedia pada aplikasi Facebook agar dapat memasarkan dan menjual produk yang dimiliki. Berikut ini adalah tampilan akun Facebook yang dibuat untuk usaha embal ibu Baina.

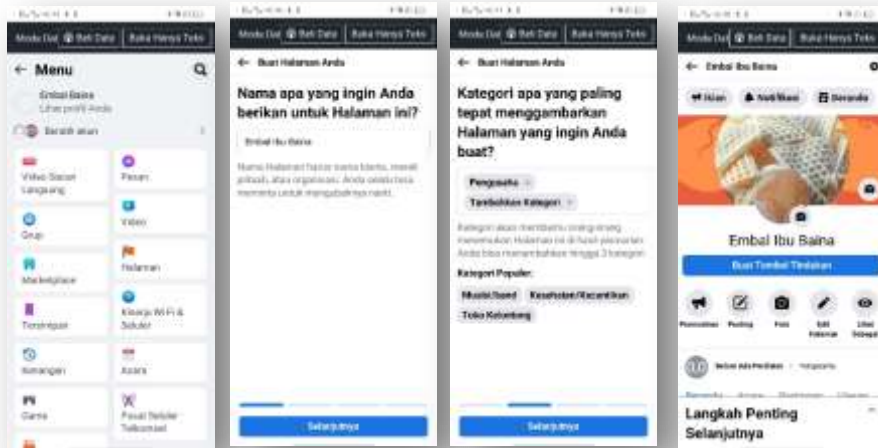
Gambar 4.7  
Akun Facebook



Sumber: Data Diolah (Facebook 2022)

Adapun pembuatan *Facebook Page* untuk dapat memasarkan produk dengan lebih baik dan usaha embal ibu Baina dapat memanfaatkan fitur *Facebook Page*. Maka peneliti membuat/menghubungkan akun *Facebook* ke *Facebook Page*. Berikut adalah tahapan-tahapan hingga hasil pembuatan *Facebook Page* dalam bentuk gambar:

Gambar 4.8  
Pembuatan Akun *Facebook Page*



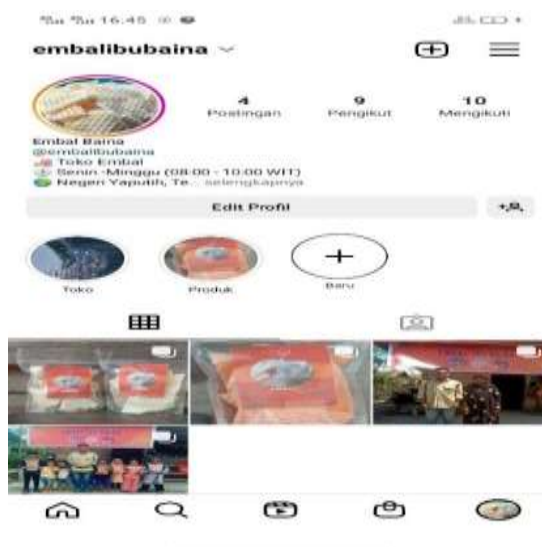
Sumber: Data Diolah (Facebook 2022)

Pada gambar diatas merupakan hasil yang diusung oleh peneliti dalam membuat atau menghubungkan akun *Facebook* ke *Facebook Page*, akun yang dihubungkan tersebut merupakan akun *Facebook* embal ibu Baina yang di daftarkan sebelumnya.

4.2.3. Pembuatan Instagram

Selain dari Facebook, Instagram juga memiliki alternatif pemasaran berbasis digital, Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, dan membagikannya, selain sebagai akun pribadi, banyak pelaku usaha yang memiliki akun Instagram yang dibuat untuk melakukan promosi untuk produk maupun brand yang dimiliki, untuk membuat akun Instagram dapat dihubungkan langsung dengan akun Facebook yang dimiliki, berikut adalah gambar tampilan akun Instagram usaha embal ibu Baina.

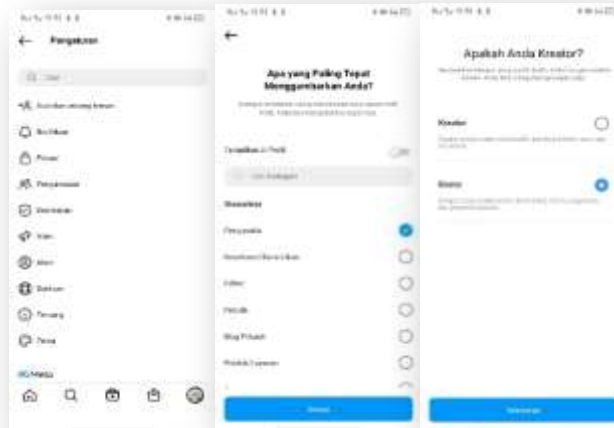
Gambar 4.9  
Akun Instagram



Sumber: Data Diolah (Instagram 2022)

Akun Instagram yang dibuat bertujuan agar dapat dipakai sebagai alat pemasaran berbasis digital yang digunakan dan dikembangkan oleh usaha embal ibu Baina dalam memasarkan maupun menjual produk-produk yang dimiliki. Demi mendukung pemasaran produk maka peneliti membuat akun Instagram umum ke akun bisnis, berikut adalah tahapan pembuatan akun bisnis dan hasil pada Instagram dalam bentuk gambar:

Gambar 4.10  
Pembuatan Akun Instagram Business



Sumber: Data Diolah (Instagram 2022)

Gambar diatas adalah hasil pembuatan akun Instagram Business yang bertujuan untuk embal ibu Baina dapat digunakan sebagai sarana pemasaran produk dan penjualan produk.

4.2.4. Kemasan

Produk UMKM pada umumnya merupakan produk yang unik, karena diproduksi dalam jumlah yang terbatas, produsen skala rumahan sebenarnya memiliki kualitas yang layak untuk disandingkan dengan produk yang dihasilkan oleh produsen berskala nasional. Akan tetapi, Pelaku UMKM masih enggan untuk menggarap kemasan secara profesional.

Kemasan merupakan suatu pelindung produk dari kotoran dan keamanan produk saat di perjalanan, suatu kemasan yang baik adalah kemasan yang sesuai dengan produk, untuk kemasan makanan yang baik yaitu kemasan yang memiliki lambang/standar food grade, namun berdasarkan observasi yang dilakukan, kemasan yang digunakan oleh usaha embal ibu Baina menggunakan kresek plastik biasa (kemasan tidak foodgrade), yang berisikan produk embal produksi embal ibi Baina berukuran tinggi kemasan 22 cm, lebar kemasan 36 cm, dan berat 1.850 gram dapat dilihat pada gambar dibawah ini.

Gambar 4.11  
Kemasan Yang Digunakan



Sumber: UMKM Embal Ibu Baina Tahun 2022

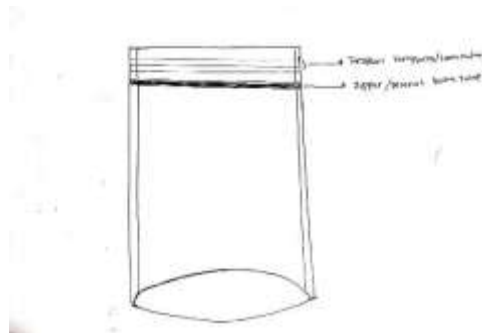
Produk yang digunakan oleh usaha embal ibu Baina sangatlah besar sehingga tampilan kemasan tidaklah profesional. Oleh karena itu penelitian ini menerapkan/menginovasikan kemasan produk embal yang berukuran sedang, mulai dari pembagian produk yang berbentuk lingkaran/diameter ukuran 16 cm ke berbentuk love yang berukuran 7 cm (bagian atas) 1 cm (bagian bawah). Dalam memenuhi fungsi kemasan, maka penulis membuat konsep untuk kemasan produk embal sebagai berikut:

a. Pola standar

Produk embal pada usaha embal ibu Baina berukuran diameter 16 cm dalam bentuk lingkaran dan inovasi bentuk produk berbentuk love dengan tinggi produk 8 cm, lebar atas 7 cm, dan lebar bawah 1 cm. Kemasan yang digunakan akan disesuaikan dengan ukuran produk embal.

Target dari pembuatan desain kemasan ini, selain agar tampilan lebih terlihat profesional dan menarik, ukuran yang akan ditampilkan juga berukuran ekonomis, material kemasan yang digunakan juga mudah untuk didapatkan oleh embal ibu Baina dan harga yang terjangkau dibandingkan material kemasan yang memiliki fungsi yang sama. Berikut adalah bentuk/pola dasar kemasan yang dirancang oleh penulis.

Gambar 4.12  
Sketsa Kemasan



Sumber: Data Diolah

b. Bahan

Dalam perancangan ini, bahan/material yang digunakan yaitu standing pouch atau kemasan plastik bening yang memiliki perekat fleksibel (zipper).

Menurut (Sulaiman, 2021) mengemukakan bahwasanya standing pouch adalah kemasan yang terbuat dari plastik maupun aluminium yang memiliki sifat kimia dan fisika yang berbeda, dan biasa digunakan para pelaku UMKM untuk mengemas produk. standing pouch juga kemasan kekinian yang biasa digunakan untuk kemasan makanan ringan yang berfungsi dalam memperpanjang usia atau masa tahan produk, dengan bantuan zipper atau klip yang memungkinkan konsumen untuk menutup kembali kemasan.

Jenis standing pouch selain memiliki banyak ukuran mulai dari 9 x 15 cm hingga yang paling besar yaitu ukuran 20 x 29 cm. Ada juga beberapa jenis standing pouch yang lain yaitu:

1. Kemasan Bening, memiliki ciri khas cerah yang membuat konsumen langsung dapat melihat produk.
2. Kemasan plastik nylon, kemasan ini biasa digunakan untuk produk yang berada pada suhu yang dingin
3. Kemasan aluminium foil, kemasan ini digunakan pada produk yang tidak dapat berpapasan langsung dengan sinar matahari
4. Kemasan Kombinasi, kemasan ini memadukan antara bening dan aluminium foil yang bertujuan agar produk tetap terjaga dari sinar matahari dan konsumen dapat melihat langsung produk.
5. Kemasan Kraft, kemasan jenis ini terbuat dari kertas kraft dengan aluminium foil, yang berguna bagi produk basah ataupun kering, selain itu kemasan ini menawarkan perlindungan secara maksimal.

Ukuran standing pouch sangatlah beragam, mulai dari ukuran 9 x 15 cm, 10 x 17 cm, 12 x 20 cm, 14 x 22 cm, 16 x 24 cm, 16 x 32 cm, dan 20 x 29 cm. Ukuran disesuaikan dengan kebutuhan.

Kelebihan dari standing pouch yaitu praktis dalam mengemas produk, tersedia dalam berbagai jenis dan memungkinkan semua produk menggunakannya dengan berbahan plastik ketahanan produk dapat terjaga dengan baik, bentuk kemasannya juga sangat inovatif dan tidak ketinggalan zaman.

Adapun fitur klip/zipper pada kemasan standing pouch membantu pihak pengguna kemasan untuk bisa digunakan kembali. Produk dapat terjaga dengan baik (kedap udara), produk yang dikemas tidak mudah tumpah dan berbahan plastik sehingga memungkinkan produk dapat berdiri.

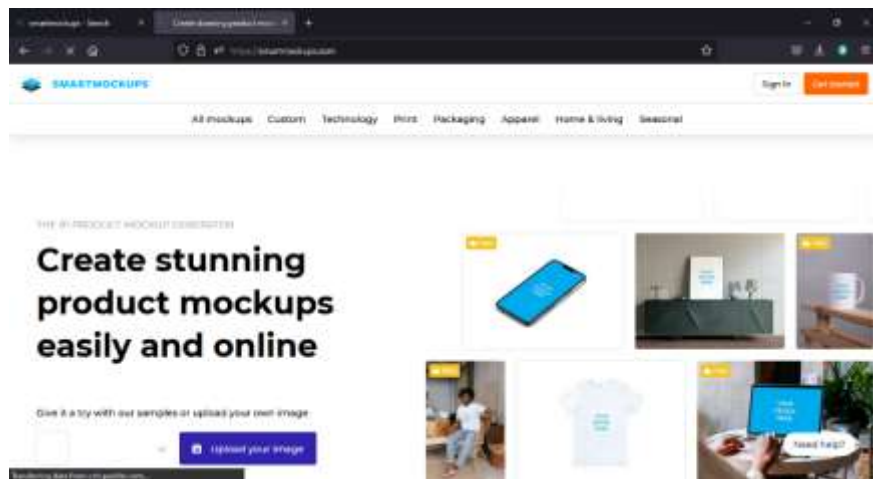
Kelebihan yang tidak kalah penting dari kemasan yang digunakan ini adalah harganya kemasan ekonomis yang terjangkau dibandingkan dengan kemasan lain yang fungsinya sama, seperti kaleng, kaca, botol dan lain sebagainya.

Dari teori yang dijelaskan, penulis menawarkan jenis standing pouch kepada para pelaku UMKM karena kemasan ini sangat mudah didapatkan, harga yang relatif murah, memiliki standar food grade, PP/Polypropylene (plastik yang aman digunakan berulang kali), dan keamanan produk terjaga dengan ketebalan kemasan 120 micron.

c. Desain Layout

Mengusung konsep desain kemasan sebagai wadah bernilai profesional, tradisional, estetis, fleksibel, dan terlihat modern. Untuk layout desain kemasan yang penulis gunakan yaitu website smartmockups.com dalam membentuk pola desain sesuai dengan konsep yang dibuat pada gambar 4.8 diatas, berikut adalah tampilan website smartmockups.com

Gambar 4.13  
Beranda smartmockups



Sumber: Data Diolah (smartmockups.com)

Selain daripada itu ada pula gambar dari pola desain kemasan menggunakan website smartmockups.com sebagai berikut:

Gambar 4.14  
Kemasan Yang Diinovasi



Sumber: Data Diolah (smartmockups.com)

Perancangan pola ini masih polos dan masih sederhana. kemasan ini akan dikombinasikan dengan label yang di desain oleh penulis sehingga menjadi satu fungsi sehingga lebih cenderung terlihat eksklusif sesuai dengan citra yang ingin ditonjolkan pada label kemasan produk tersebut. Kemasan dan label harus mampu menjadi alat komunikasi secara visual dengan konsumen.

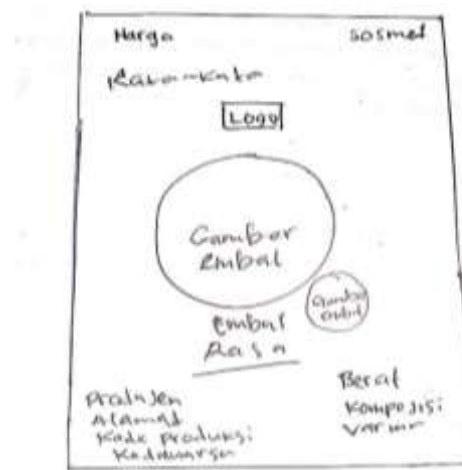
4.2.5. Label

Pada kemasan produk lama yang digunakan sebelumnya belum memiliki label pada kemasan produk yang dapat menyampaikan informasi-informasi terkait produk. Hal ini disebabkan oleh kemasan produk yang dipakai menggunakan plastik kresek biasa, oleh karena itu penulis merancang konsep dalam pembuatan label kemasan dalam menyampaikan informasi produk dan membuat kemasan menjadi lebih menarik. Perancangan tersebut dimulai dengan standarisasi kemasan yang diusut oleh Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dalam pemenuhan edaran produk olahan industri rumah tangga atau dikenal dengan SPP-IRT (Sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga), dilansir dari [istanaumkm.pom.go.id](http://istanaumkm.pom.go.id) bagian-bagian yang dicantumkan dalam pemenuhan SPP-IRT sebagai berikut:

1. Nama Produk
2. Logo Usaha
3. Daftar bahan yang digunakan (Komposisi)
4. Berat bersih/Isi bersih
5. Nama dan alamat yang memproduksi
6. Halal bagi yang dipersyaratkan
7. Tanggal dan kode produksi
8. Keterangan kadaluarsa (Baik digunakan sebelum)
9. Nomor izin edar/Resi PIRT

Label yang akan dibuat dan tidak menghilangkan warna ciri khas dari kemasan embal ibu Baina yang lama (merah), adapun konsep label yang dibuat oleh penulis sebagai perencanaan pembuatan label kemasan bagi usaha embal ibu Baina pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.15  
Sketsa Label

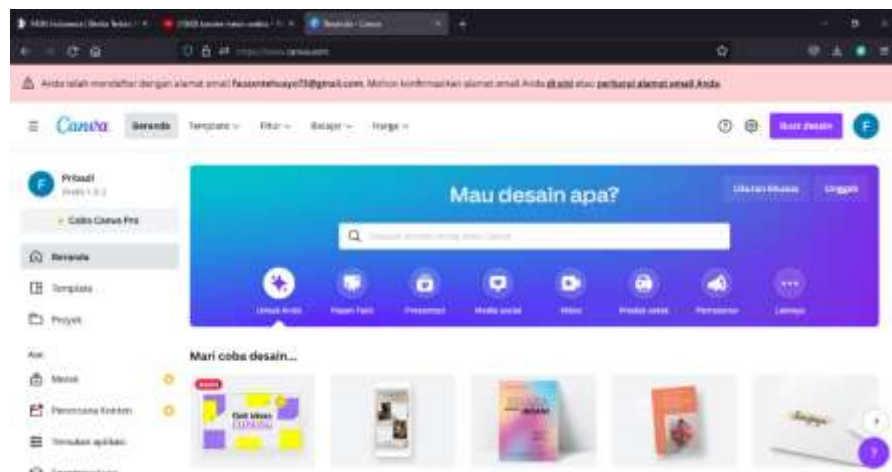


Sumber: Data Diolah

Label kemasan yang akan didesain menggunakan aplikasi Canva, berikut adalah tampilan aplikasi Canva:

Gambar 4.16

Tampilan Aplikasi Canva



Sumber: Data Diolah (canva)

Adapun hasil pembuatan label kemasan produk menggunakan aplikasi Canva sebagai berikut:

Gambar 4.17

Label Yang Di Desain



Sumber: Data Diolah (Canva)

Pada gambar diatas adalah label yang dirancang oleh penulis dengan mengusung label menggunakan warna merah yang menandakan ciri khas dari kemasan embal ibu Baina, warna jingga yang menandakan suatu yang baru/inovasi juga warna hitam dan warna putih sebagai pelengkap seperti warna huruf dan lain-lain. Ada pula informasi yang tercantum pada label kemasan yang mengacu pada syarat pengajuan SPP-IRT yakni memiliki nama produk, harga, logo, komposisi, berat bersih, nama dan alamat produksi, kode produksi, keterangan baik digunakan sebelum, hingga nomor izin edar/resi SPP-IRT. Adapun font yang digunakan pada label kemasan produk yang dibuat menggunakan aplikasi Canva di antaranya sebagai berikut:

- a. Glacial Indifference
- b. Body Grotesque
- c. Body Grotesque Fit
- d. Anantanson Condensed Se
- e. Open Sans Light

Label yang dibuat berukuran 10 x 14 cm (1/4 dari kertas stiker A4) ukuran ini dipilih agar menghemat biaya dan juga tidak menutupi produk dari pandangan konsumen. Material yang dipilih yakni kertas stiker Waterproof Glossy Photo Paper.

Demi melihat hasil kerja, penulis mengusung wawancara kepada konsumen dan produsen terkait tanggapan kemasan yang lama dengan kemasan yang baru (kemasan yang di inovasi), narasumber yang diwawancarai adalah konsumen yang berada pada Negeri Piliiana, Kecamatan Tehoru, Masohi, hingga Kota Ambon dan juga pemilik usaha (ibu Baina Tehuayo). Berikut ini adalah tabel wawancara konsumen:

Tabel 4.1

| Aspek          | Pernyataan   | Tanggapan   | Narasumber      |
|----------------|--|---|-----------------|
| <b>Kemasan</b> | Apa tanggapan saudara/i terkait dengan inovasi kemasan embal yang dibuat dengan kemasan embal yang lama? | Kemasan yang baru bagus karena inovatif untuk bentuk maupun harga, jadi konsumen seperti saya dapat membeli sesuai kebutuhan saya.  | Makala Silawane |
|                |  | Dari dua kemasan bagus karena sama-sama melindungi produk, kalau kemasan baru tampak modern, elegan, profesional dapat menjadi batu loncatan nantinya karna kemasan lama seng memungkinkan untuk masuk dalam mini market atau sejenis karna produk terlalu besar.   | Djamudin Patty  |
|                |  | Menurut beta pada kemasan yang lama kurang higienis karna kemasan dari kantong plastik dan tidak ada label pasarannya, kalau untuk kemasan baru sudah higienis karna menurut beta memenuhi syarat kemasan suatu produk.   | Fatma Heluth    |
|                |  | Kalau yang beta lihat dari kemasan yang baru akang lebih terlihat modern dibandingkan yang lama, lalu informasi yang ada pada kemasan juga bagus, bisa komunikasi produsen langsung lewat No telepon/medsos yang tercantum. Katong jua bisa bali kalo pengen makan katong seng perlu harus bali yang besar lai. | Mingus Lilihata |

Dari dua kemasan bagus karena sama-sama melindungi produk, kalau kemasan baru tampak modern, elegan, profesional dapat menjadi batu loncatan nantinya karna kemasan lama seng memungkinkan untuk masuk dalam mini market atau sejenis karna produk terlalu besar. Djamudin Patty

Menurut beta pada kemasan yang lama kurang higienis karna kemasan dari kantong plastik dan tidak ada label pasarannya, kalau untuk kemasan baru sudah higienis karna menurut beta memenuhi syarat kemasan suatu produk. Fatma Heluth

Kalau yang beta lihat dari kemasan yang baru akang lebih terlihat modern dibandingkan yang lama, lalu informasi yang ada pada kemasan juga bagus, bisa komunikasi produsen langsung lewat No telepon/medsos yang tercantum. Katong jua bisa bali kalo pengen makan katong seng perlu harus bali yang besar lai.

Mingus Lilihata

Sumber: Data Diolah

Berikut ini adalah hasil kombinasi antara kemasan produk standing pouch dan label yang didesain/dibuat oleh penulis:

Gambar 4.18  
Hasil Kemasan dan Label



Sumber: Data Diolah

Pada gambar diatas merupakan hasil kombinasi antara kemasan dan label yang di desain dalam penelitian ini, kemasan dan label tersebut bertujuan untuk menginovasikan kemasan produk pada UMKM embal Ibu Baina yang selama ini menggunakan kresek plastik sebagai media pelindung produk/kemasan. Dikarenakan kemasan yang digunakan tidaklah profesional dalam keamanan maupun ketahanan produk, maka penulis mengusung kemasan di atas sebagai kemasan yang baru.

#### 4.2.6. Perhitungan Harga Jual

Dalam proses produksi tentunya akan ada HPP (Harga Pokok Produksi) yang dikeluarkan oleh para produsen dalam memproduksi produk yang akan didagangkan, biaya-biaya tersebut biasa berupa bahan baku, kemasan, dan lain sebagainya yang berhubungan langsung dengan proses produksi. Dalam menginovasikan produk embal ibu Baina dan menambah media komunikasi visual/label, maka perlu adanya perhitungan harga jual agar kiranya label atau kemasan yang di inovasikan tidak membawa dampak negatif atau kerugian bagi pihak penjual atau embal ibu Baina. Berikut ini adalah perhitungan kemasan lama/sebelum dan kemasan yang di inovasikan/baru:

Tabel 4.2

| KEMASAN ORIGINAL LAMA |                                  |
|-----------------------|----------------------------------|
| Biaya                 | Jumlah                           |
| Biaya Produksi        | Rp. 300.000                      |
| Biaya Kemasan         | Rp. 22.400 @ Rp.800 (28 Kemasan) |
| Biaya Operasional     | Rp. 75.000                       |
| Total: Rp. 397.400,   |                                  |

Penentuan Harga Jual:

$$\begin{aligned}
 \text{Harga Jual} &= \text{Modal} + (50\% \times \text{Modal}) \\
 &= \text{Rp. } 397.400 + (50\% \times \text{Rp. } 397.400) \\
 &= \text{Rp. } 397.400 + \text{Rp. } 198.700 \\
 &= \text{Rp } 596.100 \\
 &= \text{Rp. } 596.100 : 28 \text{ Kemasan} \\
 &= \text{Rp.}21.289 \text{ (Rp. } 21.300)
 \end{aligned}$$

Modal Per Produk : Rp. 14.200

Harga Jual Per Produk : Rp. 21.300

Harga Produk sekarang : Rp. 25.000 (Keuntungan Rp. 10.800)

Biaya yang termasuk pada biaya produksi terdiri dari Biaya singkong sebanyak 4 karung atau sebesar Rp. 240.000, dan biaya parut sebesar Rp. 60.000, selain itu ada pula biaya untuk kresek plastik sebagai kemasan produk dengan harga Rp. 800 sebanyak 28 kresek (Rp.22.400) dan juga biaya operasional yang dikeluarkan saat proses produksi.

Tabel 4.3

| KEMASAN JERUK LAMA  |                                  |
|---------------------|----------------------------------|
| Biaya               | Jumlah                           |
| Biaya Produksi      | Rp. 340.000                      |
| Biaya Kemasan       | Rp. 22.400 @ Rp.800 (28 Kemasan) |
| Biaya Operasional   | Rp. 75.000                       |
| Total: Rp. 437.400, |                                  |

Penentuan Harga Jual:

$$\begin{aligned} \text{Harga Jual} &= \text{Modal} + (50\% \times \text{Modal}) \\ &= \text{Rp. 437.400} + (50\% \times \text{Rp. 437.400}) \\ &= \text{Rp. 437.400} + \text{Rp. 218.700} \\ &= \text{Rp. 656.100} \\ &= \text{Rp. 656.100} : 28 \text{ Kemasan} \\ &= \text{Rp. 23.423} \text{ (Rp. 23.500)} \end{aligned}$$

Modal Per Produk : Rp. 15.621 (Rp. 15.700)

Harga Jual Per Produk : Rp. 23.500

Harga Produk sekarang : Rp. 25.000 (Keuntungan Rp. 9.300)

Sama dengan produk original biaya yang termasuk pada biaya produksi terdiri dari Biaya singkong sebanyak 4 karung atau sebesar Rp. 240.000, biaya parut sebesar Rp. 60.000, dan penambahan bubuk jeruk sebanyak 80 bungkus segar-sari dengan harga Rp. 40.000. Selain itu ada pula biaya untuk kresek plastik sebagai kemasan produk dengan harga Rp. 800 sebanyak 28 kresek (Rp.22.400) dan juga biaya operasional yang dikeluarkan saat proses produksi.

Kemasan yang dijual dengan harga Rp.25.000 yaitu berisikan 25 produk berbentuk piring/lingkaran yang berdiameter 6 cm, artinya per piring/lingkaran tersebut memiliki harga Rp.1000 sedangkan produk embal tersebut jika dijual oleh kompetitor yaitu per piring/lingkaran dengan harga Rp. 4000 karena mereka membuat produk yang sedang berisikan 10 embal berbentuk love (dua lingkaran/piring yang dipatahkan) dengan harga Rp.8.000

Tabel 4.4

| ORIGINAL            |                                     |
|---------------------|-------------------------------------|
| Biaya               | Jumlah                              |
| Biaya Produksi      | Rp. 300.000                         |
| Biaya Kemasan       | Rp. 201.600 @ Rp. 900 (224 Kemasan) |
| Biaya Label         | Rp. 140.000 @ Rp.625 (224 Kemasan)  |
| Biaya Operasional   | Rp. 75.000                          |
| Total: Rp. 716.600, |                                     |

Kemasan Original Baru

Penentuan Harga Jual Rasa Original :

Harga Jual = Modal + (50% x Modal)  
= Rp. 716.600 + (50% x Rp. 716.600)  
= Rp. 716.600 + Rp. 358.300  
= Rp 1.074.900  
= Rp. 1.074.900 : 224 Kemasan  
= Rp.4.798 (Rp. 4.800)

Modal Per Produk : Rp. 3.199 (Rp.3.200)

Harga Jual Per Produk : Rp. 4.800

Harga Pasar : Rp 12.000 (Keuntungan Rp. 8.800)

Tabel 4.5

| JERUK               |                                     |
|---------------------|-------------------------------------|
| Biaya               | Jumlah                              |
| Biaya Produksi      | Rp. 340.000                         |
| Biaya Kemasan       | Rp. 201.600 @ Rp. 900 (224 Kemasan) |
| Biaya Label         | Rp. 140.000 @ Rp.625 (224 Kemasan)  |
| Biaya Operasional   | Rp. 75.000                          |
| Total: Rp. 756.600, |                                     |

Kemasan Jeruk Baru

Penentuan Harga Jual Rasa Original :

Harga Jual = Modal + (50% x Modal)  
= Rp. 756.600 + (50% x Rp. 756.600)  
= Rp. 756.600 + Rp. 378.300  
= Rp 1.134.900  
= Rp. 1.134.900: 224 Kemasan  
= Rp.5.066 (Rp. 5.100)

Modal Per Produk : Rp. 3.377 (Rp. 3.400)

Harga Jual Per Produk : Rp. 5.100

Harga Pasar : Rp 12.000 (Keuntungan Rp. 8.600)

Dari kedua tabel di atas ada penambahan biaya pada kemasan baru/standing pouch dan label sebesar Rp. 305.000 dari masing-masing produksi, dari tabel kemasan yang di inovasi memiliki jumlah produksi sebesar 448 kemasan sama dengan 56 kemasan lama, artinya 1 (satu) kemasan lama sama dengan 8 (delapan) kemasan baru.

5. PENUTUP

Penutup terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

5.1. Kesimpulan

Dapat disimpulkan atas penelitian yang telah disebutkan, antara lain:

Usaha embal ibu Baina tidak pernah melakukan pemasaran secara digital dan hanya melakukan pemasaran konvensional dan penjualan secara offline, dan penulis mengadakan pemasaran secara digital dengan membuat Google Maps yang bertujuan untuk membantu calon konsumen menemukan tempat usaha embal ibu Baina, membuat akun Facebook, dan akun Instagram untuk usaha embal ibu Baina menjual dan memasarkan produk.

Penulis merancang dan menggunakan standing pouch ukuran 20 x 29 cm untuk menginovasikan kemasan yang digunakan oleh usaha embal ibu Baina, dan mengubah isi kemasan yang tadinya 25 piring/lingkaran (125 love) dengan berat bersih 1.850 gram ke 15 love (3 piring/lingkaran) dengan memiliki berat 200 gram.

Label kemasan produk yang tidak digunakan dan tampak kosong pada kemasan, dalam penelitian ini penulis mendesain label kemasan produk dengan didasarkan pada syarat label industri rumahan, perpaduan antara warna merah, jingga, putih dan hitam untuk usaha embal ibu Baina dapat melengkapi kemasan produk. Dalam delapan kemasan yang baru sama dengan satu kemasan lama, keuntungan dari kemasan yang lama yaitu Rp.6.700 per kemasan dan keuntungan kemasan yang baru memiliki keuntungan yaitu Rp.6.600 per satu kemasan.

### 5.2. Saran

Berdasarkan dari pengkajian hasil penelitian di lapangan maka penulis bermaksud memberikan saran yang mudah-mudahan dapat bermanfaat bagi UMKM embal ibu Baina maupun bagi peneliti selanjutnya, yaitu sebagai berikut: Bagi Pihak UMKM Embal Ibu Baina

Seperti yang sudah dijelaskan, bahwasanya UMKM merupakan usaha kecil yang potensial dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Untuk itu perlu adanya peningkatan dalam pendayagunaan dan pengelolaan pada segi pemasaran, UMKM diharapkan dapat meningkatkan pemasaran berbasis digital maupun konvensional yang bertujuan agar calon konsumen mengetahui produk yang dimiliki, sehingga memungkinkan calon konsumen untuk membeli produk. Selain itu diharapkan bagi UMKM agar kiranya dapat menginovasikan/menambahkan varian-varian embal berikutnya dan peneliti menyarankan kepada pihak UMKM untuk dapat mengurus kehalalan produk ke Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM).

Bagi Peneliti selanjutnya

Adapun beberapa saran yang perlu diperhatikan bagi peneliti selanjutnya, tertarik tentang desain pemasaran digital, kemasan, dan label adalah:

a. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan tentang desain pemasaran digital, kemasan, dan label agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lebih lengkap lagi.

b. Peneliti selanjutnya diharapkan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data dan segala sesuatunya sehingga penelitian dapat dilaksanakan dengan lebih baik. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menggunakan kemasan yang aman atau foodgrade, dan material label yang baik serta harga yang terjangkau bagi objek yang diteliti nantinya.

c. Peneliti menyadari akan hasil yang tidak sempurna dari penelitian ini, peneliti mengharapkan untuk penelitian sejenis dapat mengembangkan potensi yang ada pada UMKM embal ibu Baina,

### DAFTAR PUSTAKA

- Agus Andres. (2021). "The Fundamental of Digital Marketing". Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Aliando M. dan Sulida Erliyana. (2021). Penerapan Logistik 4.0 Dalam Manajemen Pendistribusian Barang Di Perusahaan. rd National Seminar on Maritime and Interdisciplinary Studies. Vol. 3 No. 2.
- Apriyanti Masayu E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. (JISE). Vol. 10 No. 1.
- Askarzai W. dan Bhuvan Unhelkar Dkk. (2017). Research methodologies: An esie overview. International Journal of Science and Research Methodology. Vol. 6 Issue 4.
- Fauzia, Ika Yunia. (2018). "Etika Bisnis Dalam Islam". Jakarta: Kencana.
- Hariani C., Heru Sri Wulan, dan Feri Agustina. (2021). "Digital Marketing Bagi UMKM". Bandung: Media Sains Indonesia
- Husbein M, Budi Puwanto, Farida Ratna Dewi, Hardiana Widyastuti, dan Mita Febtianyana. (2021). "Daya Saing dan Prospek UMKM Pengolahan Pangan Lokal". PT Penerbit IPB Press: Bogor
- Jamrianti R. 2021. Pengemasan dan Label Pangan. Malang: AE Publishing.
- Junedi I. W. R. dan I Gusti Bagus Rai Utama. (2021). "Digital Marketing Pembangunan Desa Wisata". Sumatera Barat: CV. Azka Pustaka.
- Lindawati S, Muhammad Hendri, dan Jeperson Hutahaen. (2020). "Pemasaran Digital". Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Melati. (2020). "Manajemen Pemasaran". Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Musfar F Tengku. (2020). "Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok Dalam Manajemen Pemasaran". Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Musfar F Tengku. (2021). "Manajemen Produk dan Merek". Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Ningsi Candra S, Kintoko, dan Puji Handayanti Putri. (2020). Inovasi Kemasan dan Perluasan Pemasaran Usaha Rempeyek di Yogyakarta. Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM). Vol. 4 No. 2.

- Ningsih Desy Dwi S. dan M. Ruslianor Maika. (2020). Strategi Bauran Pemasaran 4P Dalam Menentukan Sumber Modal Usaha Syariah Pedagang Pasar di Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*. Vol. 6 No. 3.
- Nur S Asri, Fajar Sadika, dan Alvian Fajar Setiawan. (2022). Perancangan Kemasan (Kemasan) Produk Topi Di Perusahaan Geoffmax. *e-Proceeding of Art & Design*. Vol. 9 No.1.
- Putri S. Andita, Teuku Zulkarnain Muttaqien dan Asep S. Muhaikik A. (2019). Desain Kemasan untuk Mendukung Pemasaran Produk Olahan Pangan Kelompok Wanita Tani Kreatif Permata terhadap minat beli konsumen. *Charity Jurnal Pengabdian Masyarakat (CJPM)*. Vol. 2 No. 1.
- Ratnasari I, Anggi Pasca Arnu, dan Hannie. (2021). "Digital Marketing pada Start Up dan UMKM". Yogyakarta: Absolute Media.
- Sakia N. Afifatuz. (2021). Analisis Kebutuhan Multi Media Interaktif Berbasis PowerPoint Materi Aljabar Pada Pembelajaran Matematika SMP. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajar Matematika (JP3M)*. Vol. 7 No. 1.
- Sattar. (2017). "Pengantar Bisnis". Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Setiawan U. (2018). Kemasan sebagai Identitas Produk (Suatu analisis pada AMDK Ron 88). *Festival Riset Ilmiah Manajemen dan Akuntansi (FRIMA)*. No 1 (2018).
- Sholihat A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *JOM FISIP* Vol. 5 No. 1.
- Sulaiman I. (2021). Pengemasan dan Penyimpanan Produk Bahan Pangan. Aceh:yiah Kualah University Press.
- Tanihatu Maudy M, Marie C. Tahalele, Imelda Talahatu, Ricardo M. Simarmata, dan Dian Utami Sutiksno. (2021). Kajian dan Desain Tourism Marketing di Negeri Oma: Profil dan Pemetaan. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*. Vol. 11 No. 3.
- Taryud A. Dan Dziky Maulana. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya, Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*. Vol. 3 No. 1.
- Wahyuni N. M. 2022. Kinerja Bisnis: Analisis dari Perspektif Orientasi, Kompetensi Pengetahuan dan Inovasi. Bandung:CV. Media Sains Indonesia.
- Willy dan Siti Nurjanah. (2019). Pengaruh kemasan produk dan rasa terhadap minat beli yang berdampak pada keputusan pembelian pelanggan minuman energi. *(JIM)*. Vol. 8 No. 2.
- Wona Maria Leonilda N, dkk. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Suci Kupang. *Jurnal Ekonomi dan ilmu Sosial (JEIS)*. Vol. 2 No. 1.
- <https://accurate.id/bisnis-ukm/pengertian-produk/>. (Diakses pada tanggal 10/02/2022 pukul 05:17 WIT).
- <https://panganpedia.com/pangan-lokal/embal-adalah-makanan/>. Pangan pedia (Diakses pada tanggal 10/02/2022 pukul 03:47 WIT).