

Peningkatan Daya Saing UMKM Aneka Rasa melalui Inovasi SOP, Kemasan Berkelanjutan dan *Branding*

Nathania Jocelyn¹, Renny Christiarini²

^{1,2} Universitas Internasional Batam

E-mail: 12141025.nathania@uib.edu, renny@uib.edu

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Article history:

Available online

DOI://journal.unuha.ac.id/index.php/JIMi/article/view/

How to cite (APA):

Jocelyn, N., Christiarini, R. (2024). Peningkatan Daya Saing UMKM Aneka Rasa melalui Inovasi SOP, Kemasan Berkelanjutan dan *Branding*. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 6(2), 121-129.

ISSN 2685-3035



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

Abstrak

UMKM Aneka Rasa, yang telah beroperasi selama lebih dari tujuh tahun, menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing di tengah persaingan industri kuliner modern. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya tarik produk melalui perancangan Standar Operasional Prosedur (SOP) penjualan, pengembangan kemasan ramah lingkungan, dan pembaruan logo merek. Menggunakan metode *Participatory Action Research* (PAR), kegiatan ini melibatkan observasi, wawancara, penerapan solusi, dan evaluasi berbasis data kuantitatif. Hasil implementasi menunjukkan bahwa inovasi tersebut memberikan dampak positif terhadap efisiensi operasional, citra merek, dan keberlanjutan produk, dengan mayoritas pelanggan menyatakan kepuasan tinggi terhadap perubahan yang dilakukan. Tingkat kepuasan ini dicapai melalui perbaikan dalam proses penjualan, desain kemasan yang menarik, dan logo baru yang modern. Proyek ini menyimpulkan bahwa inovasi operasional dan branding mampu meningkatkan daya saing UMKM Aneka Rasa sekaligus mendukung keberlanjutan lingkungan.

Kata kunci: Citra Merek, Inovasi Operasional, Keberlanjutan

Abstract

UMKM Aneka Rasa, which has been operating for more than seven years, faces challenges in maintaining competitiveness amidst the modern culinary industry. The Community Service Program (PkM) is designed with the aim of enhancing operational efficiency and product appeal through the design of Sales Standard Operating Procedures (SOP), the development of eco-friendly packaging, and the renewal of the brand logo. Using the Participatory Action Research (PAR) method, this activity involves observation, interviews, solution implementation, and data-driven quantitative evaluation.. The implementation results show that these innovations positively impact operational efficiency, brand image, and product sustainability, with the majority of customers expressing high satisfaction with the changes. This level of satisfaction was achieved through improvements in the sales process, attractive packaging designs, and a modernized logo. This project concludes that operational and branding innovations can enhance the competitiveness of UMKM Aneka Rasa while supporting environmental sustainability.

Keywords: Brand Image, Operational Innovation, Sustainability

PENDAHULUAN

UMKM Aneka Rasa adalah usaha mikro kecil dan menengah yang telah beroperasi lebih dari tujuh tahun di *BCS Mall*, mengkhususkan diri dalam penjualan makanan tradisional Indonesia. Produk yang ditawarkan meliputi berbagai jenis kue tradisional seperti getuk, lempeng, risoles, kue lapis, tahu isi, kue onde, dan lainnya, yang dibuat segar setiap hari. Dengan komitmen menjaga kualitas dan cita



rasa otentik, Aneka Rasa memastikan semua produknya selalu segar untuk memenuhi ekspektasi pelanggan. Usaha ini dikelola oleh tiga pegawai dengan jam operasional yang mengikuti waktu buka *mall*, yaitu dari pukul 10.00 hingga 22.00.

Namun, meskipun telah beroperasi lebih dari tujuh tahun, Aneka Rasa menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan daya saingnya. Persaingan yang semakin ketat dari usaha kuliner modern dan tren makanan kekinian menuntut adanya inovasi yang lebih besar. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah belum adanya *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang terstruktur dengan baik, yang menyebabkan kurangnya konsistensi dalam pelayanan dan efisiensi operasional. Hal ini dapat berpotensi menurunkan kualitas layanan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain itu, penggunaan kemasan plastik yang masih dominan menjadi tantangan tersendiri mengingat meningkatnya kesadaran konsumen terhadap lingkungan dan preferensi terhadap produk dengan kemasan ramah lingkungan. Tidak adanya logo yang kuat juga menjadi masalah, karena tidak adanya simbol yang bisa mewakili identitas merek dengan jelas (Ainun et al., 2023).

Untuk mengatasi tantangan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dirancang dengan tujuan untuk merancang SOP yang terstruktur dengan baik guna meningkatkan efisiensi operasional dan konsistensi pelayanan. Selain itu, proyek ini juga akan mengembangkan inovasi kemasan ramah lingkungan menggunakan material seperti *paper bag* untuk mengurangi ketergantungan pada plastik dan juga dapat mengurangi pencemaran terhadap lingkungan (Anggali, 2022). Di samping itu, proyek ini juga akan mendesain ulang logo Aneka Rasa agar mencerminkan identitas merek yang lebih kuat dan relevan dengan citra usaha (Faiz Muntazori & Listya, 2021). Evaluasi terhadap implementasi SOP, inovasi kemasan, dan desain logo akan dilakukan untuk memastikan dampaknya terhadap kinerja operasional dan daya tarik produk di mata konsumen.

Tujuan utama dari program ini adalah meningkatkan daya saing UMKM Aneka Rasa melalui penerapan SOP yang lebih efektif, pengembangan kemasan ramah lingkungan yang dapat memperkuat citra merek, serta perancangan logo yang lebih mencerminkan identitas usaha. Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan program ini antara lain adalah peningkatan kepuasan pelanggan melalui pelayanan yang lebih konsisten dan berkualitas, peningkatan efisiensi operasional, citra positif sebagai usaha yang peduli terhadap lingkungan, serta penguatan kesadaran merek Aneka Rasa di mata konsumen.

Gambar 1. Lokasi UMKM



METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program menggunakan metode *Participatory Action Research* (Rahmat & Mirnawati, 2020) yang melibatkan kolaborasi aktif dengan UMKM Aneka Rasa. Pelaksanaan program ini melibatkan dua pihak utama:

1. Tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM):
 - a. Ketua Tim: Renny Christiarini, SE., MM
 - b. Anggota: Nathania Jocelyn
2. Mitra UMKM:
 - a. Pemilik: Ibu Rusti (pengelola utama UMKM Aneka Rasa)
 - b. Staff: 3 karyawan tetap Aneka Rasa

Peran dan tanggung jawab masing-masing pihak:

Tim PkM:

- a. Melakukan analisis dan identifikasi masalah
- b. Merancang dan mengembangkan SOP penjualan
- c. Mendesain kemasan ramah lingkungan dan logo baru
- d. Memberikan pelatihan implementasi SOP
- e. Melakukan *monitoring* dan evaluasi program

Mitra UMKM:

- a. Menyediakan informasi operasional perusahaan
- b. Berpartisipasi aktif dalam proses perancangan solusi
- c. Mengimplementasikan SOP yang telah dirancang
- d. Menerapkan penggunaan kemasan baru dan logo
- e. Memberikan *feedback* untuk penyempurnaan program

Berikut tahap-tahapan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat terhadap UMKM Aneka Rasa:

- a. Identifikasi masalah
Dilakukan melalui wawancara dan observasi operasional UMKM untuk memahami tantangan utama. Observasi dilakukan untuk memahami kondisi operasional UMKM Aneka Rasa secara langsung (Hasanah, 2017). Wawancara dengan pemilik usaha, Ibu Rusti, bertujuan menggali informasi lebih dalam tentang tantangan dan strategi usaha (Hansen, 2020)
- b. Perancangan solusi
Ditahap ini dilakukan penyusunan SOP untuk meningkatkan efisiensi operasional (Asih & Fitriani, 2018), pengembangan desain kemasan berbahan lingkungan, seperti penggunaan *paper bag*, dan pembuatan logo baru ini bertujuan memperkuat identitas merek (Faiz Muntazori & Listya, 2021).
- c. Implementasi solusi
Ditahap ini akan diadakan pelatihan kepada staf UMKM Aneka Rasa mengenai SOP baru, pergantian kemasan plastik dan *styrofoam* dengan kemasan berbahan ramah lingkungan, dan peluncuran logo baru pada produk dan materi pemasaran.
- d. Evaluasi kuantitatif
Evaluasi dilakukan dengan menyebar kuisisioner kepada pelanggan UMKM Aneka Rasa. Kuisisioner disebar bertujuan untuk mengukur dampak dari inovasi yang dijalankan dengan mengumpulkan opini dari responden (Isti Pujihastuti, 2010).

Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan dimulai dengan pengumpulan data untuk mengidentifikasi permasalahan



yang dihadapi UMKM. Berdasarkan analisis data, solusi yang dirancang meliputi pembuatan SOP untuk meningkatkan efisiensi operasional, pengembangan kemasan ramah lingkungan, dan perancangan logo baru untuk memperkuat identitas merek. Rancangan tersebut diuji implementasinya, dan evaluasi dilakukan dengan kuesioner kepada konsumen untuk menilai respons mereka terhadap perubahan. Hasil evaluasi akan digunakan untuk menyusun laporan yang mencakup analisis keberhasilan, kendala, dan rekomendasi perbaikan.

Gambar 2. Flowchart proses perancangan luaran



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Dalam kegiatan program pengabdian masyarakat untuk UMKM Aneka Rasa, terdapat beberapa tahapan penting yang meliputi analisis, koordinasi dengan UMKM, hingga penyusunan inovasi penjualan. Inovasi ini mencakup pembuatan SOP penjualan, perancangan logo UMKM, dan pengembangan kemasan yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan produk di pasaran.

Analisis SWOT

Analisis SWOT bertujuan untuk memahami situasi internal dan external secara menyeluruh, agar dapat merancang strategi yang efektif (Mashuri & Nurjannah, 2020). Berikut merupakan proses perancangan luaran kegiatan yang dilaksanakan dalam program kegiatan pengabdian masyarakat:

1. *Strengths*:
 - a. Beragam produk dengan cita rasa autentik.
 - b. Lokasi strategis di dalam *mall*, menarik pengunjung lokal dan wisatawan.
 - c. Konsistensi kualitas dengan produk segar setiap hari.
2. *Weaknesses*:
 - a. Tidak ada peraturan atau *jobdesk* tertulis, menyebabkan operasional kurang teratur.
 - b. Penggunaan kemasan plastik dan *Styrofoam*.
 - c. Tidak memiliki logo yang mewakili identitas UMKM.
3. *Opportunities*:
 - a. Pengembangan kemasan ramah lingkungan untuk menarik konsumen peduli lingkungan.
 - b. Peningkatan efisiensi layanan dengan penerapan SOP yang jelas.
 - c. Meningkatkan kesadaran merek dengan logo baru dan strategi *branding*.
4. *Threats*:
 - a. Persaingan yang dapat mengurangi pangsa pasar.



- b. Fluktuasi harga bahan baku yang mempengaruhi biaya dan profitabilitas.
- c. Kesulitan dalam mendapatkan kemasan ramah lingkungan yang terjangkau.

Rancangan Luaran

Rancangan luaran ini meliputi inovasi dalam tiga aspek penting untuk meningkatkan daya saing dan citra merek. Pertama, perancangan *Standard Operating Procedure* (SOP) penjualan yang terstruktur untuk memastikan konsistensi dan efisiensi dalam setiap proses penjualan (Irawati & Hardiastuti, 2016). Kedua, pembuatan kemasan baru berbahan ramah lingkungan untuk mendukung keberlanjutan dan mengurangi dampak lingkungan, sekaligus menarik perhatian konsumen yang peduli terhadap isu tersebut. Terakhir, pembaruan logo yang ikonik untuk memperkuat identitas merek, meningkatkan pengenalan produk, dan menciptakan kesan yang lebih modern dan relevan di pasar

Proses Implementasi Luaran

Proses implementasi program di UMKM Aneka Rasa dibagi menjadi empat tahap yang saling terkait. Tahap pertama adalah pengumpulan data dan analisis permasalahan, di mana tim pengabdian melakukan observasi dan wawancara untuk mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi UMKM, seperti alur penjualan yang tidak terstruktur, penggunaan kemasan plastik, dan kurangnya *branding* yang kuat.

Tahap kedua menghasilkan solusi berupa pengembangan SOP penjualan yang lebih terstruktur, pemilihan kemasan ramah lingkungan, dan desain logo baru yang lebih mencerminkan identitas merek UMKM. Solusi-solusi ini dirancang dengan mempertimbangkan kebutuhan operasional dan visi bisnis UMKM.

Tahap ketiga adalah implementasi, di mana solusi yang telah dikembangkan diterapkan. Ini mencakup penerapan SOP baru, distribusi kemasan ramah lingkungan, serta penggunaan desain logo baru dalam pemasaran. Tim pengabdian juga memberikan pelatihan kepada karyawan UMKM untuk memastikan pemahaman dan keberhasilan implementasi.

Tahap keempat adalah evaluasi hasil implementasi, yang dilakukan melalui survei kuesioner kepada pelanggan untuk menilai efektivitas perubahan yang telah dilakukan, seperti kepuasan terhadap pelayanan, kemasan baru, dan logo baru. Umpan balik ini digunakan untuk menyusun laporan akhir yang mencakup analisis hasil, tantangan yang dihadapi, dan rekomendasi untuk perbaikan lebih lanjut, yang akan disajikan pada bulan Desember.



Gambar 2. Dokumentasi *monitoring* proses implementasi SOP





Gambar 3. Dokumentasi implementasi penggunaan *packaging* baru dan logo baru

Tabel 1. Bukti implementasi luaran

No.	Jenis Luaran	Bukti Hasil Implementasi Luaran	
1.	Rancangan SOP Penjualan		
2.	Logo baru Aneka Rasa		
3.	<i>New Packaging</i>		

Kondisi Setelah Implementasi

Setelah implementasi inovasi yang dilakukan pada UMKM Aneka Rasa, beberapa perubahan signifikan telah terlihat dalam aspek operasional dan pemasaran. Inovasi yang diterapkan, seperti perancangan *Standard Operating Procedure* (SOP) penjualan, pengenalan kemasan ramah



lingkungan, dan desain logo baru, telah berhasil meningkatkan efisiensi operasional, keberlanjutan produk, serta citra merek UMKM Aneka Rasa.

Untuk menilai keberhasilan dari inovasi yang diterapkan, dilakukan penyebaran kuisioner kepada pelanggan yang telah berinteraksi langsung dengan produk dan layanan Aneka Rasa. Kuisioner ini bertujuan untuk mengukur respons pelanggan terhadap tiga aspek utama dari inovasi yang telah dilakukan, yakni SOP penjualan yang lebih terstruktur, kemasan baru berbahan ramah lingkungan, dan pembaruan logo sebagai bagian dari branding yang lebih kuat. Berikut hasil dari kuisioner yang disebarluaskan kepada 32 konsumen UMKM Aneka Rasa;

Tabel 2. Hasil kuisioner

Uraian Pernyataan	Setuju (%)	Tidak Setuju (%)
Proses pembelian di Aneka Rasa tertata dengan baik	93,8	6,3
Karyawan Aneka Rasa memberikan pelayanan yang cepat dan efisien	93,8	6,3
Informasi yang disampaikan oleh staf Aneka Rasa mengenai produk mudah dipahami	100	0
Proses pemesanan produk, baik di tempat maupun secara online, sangat mudah dilakukan	96,9	3,1
Desain kemasan produk baru Aneka Rasa menarik	96,9	3,1
Kemasan produk Aneka Rasa melindungi produk dengan baik dan menjaga kualitasnya	96,9	3,1
Saya merasa bahwa kemasan produk Aneka Rasa ramah lingkungan	93,8	6,3
Kemasan produk Aneka Rasa meningkatkan kesan positif terhadap merek ini	100	0
Desain logo baru Aneka Rasa menarik dan mudah dikenali	100	0
Logo baru Aneka Rasa mencerminkan identitas dan kualitas produk dengan baik	100	0
Logo baru Aneka Rasa lebih modern dan sesuai dengan tren saat ini	96,9	3,1
Logo baru Aneka Rasa mudah diingat	96,9	3,1

Pembahasan

Hasil program pengabdian masyarakat (PkM) pada UMKM Aneka Rasa menunjukkan keberhasilan yang signifikan dalam berbagai aspek, terutama efisiensi operasional, daya saing usaha, dan citra merek. Penyusunan *Standar Operasional Prosedur* (SOP) yang terstruktur berhasil meningkatkan konsistensi proses dan kualitas layanan, yang tercermin dari tingkat kepuasan pelanggan yang mencapai lebih dari 90%. Pentingnya SOP dalam bisnis tidak hanya memastikan standarisasi proses tetapi juga meningkatkan efisiensi kerja, sejalan dengan penelitian yang dilakukan Irawati dan Hardiastuti (2016). Namun, Pembuatan SOP menghadapi kendala seperti tidak adanya aturan tertulis atau *job desk* yang jelas sebelumnya, sementara penerapannya membutuhkan pelatihan karyawan dan pengawasan untuk memastikan konsistensi.

Selain itu, inovasi kemasan ramah lingkungan berupa penggunaan *paper bag* sebagai pengganti plastik memberikan dampak positif terhadap citra merek sekaligus menarik pelanggan yang peduli terhadap keberlanjutan, seperti yang diungkapkan dalam penelitian (Anggalih, 2022). Tantangan utama dalam implementasi kemasan ini adalah mencari penyedia dengan harga yang terjangkau,



sebagaimana diungkapkan dalam analisis SWOT. Di sisi lain, pembaruan logo UMKM dengan desain yang lebih modern berhasil memperkuat identitas visual Aneka Rasa. Sebagian besar pelanggan menyatakan bahwa logo baru mencerminkan kualitas produk, mudah dikenali, dan relevan dengan tren saat ini, yang mendukung pentingnya *branding* dalam meningkatkan pengenalan produk di pasar, seperti yang dijelaskan dalam penelitian Faiz Muntazori dan Listya (2021).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil implementasi inovasi di UMKM Aneka Rasa, dapat disimpulkan bahwa perubahan yang dilakukan, seperti penerapan SOP penjualan, penggunaan kemasan ramah lingkungan, dan pembaruan desain logo, memberikan dampak positif. Mayoritas pelanggan merasa puas dengan perubahan tersebut, termasuk dalam proses pembelian, pelayanan, informasi produk, kemasan, dan desain logo. Keberhasilan ini menunjukkan peningkatan efisiensi operasional, citra merek yang lebih kuat, dan kesadaran akan keberlanjutan. Tingkat kepuasan pelanggan mencapai lebih dari 80%, sesuai dengan syarat keberhasilan yang ditetapkan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada UMKM Aneka Rasa atas kerja sama dan partisipasi aktif dalam setiap tahap kegiatan ini, mulai dari analisis kebutuhan hingga implementasi inovasi. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada dosen pembimbing dan semua pihak yang telah memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, selama proses pelaksanaan program ini. Semoga hasil yang telah dicapai dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan dan menjadi inspirasi bagi pengembangan UMKM lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). PENTINGNYA PERAN LOGO DALAM MEMBANGUN BRANDING PADA UMKM. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.967>
- Anggalih, N. N. (2022). Analisis Perbandingan Kemasan Berkelanjutan dengan Berbahan Dasar Material Alam. *Nirmana*, 22(1), 8–17. <https://doi.org/10.9744/nirmana.22.1.8-17>
- Asih, H. M., & Fitriani, S. (2018). Penyusunan Standard Operating Procedure (SOP) Produksi Inovasi Ecobrick. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 17(2), 144. <https://doi.org/10.23917/jiti.v17i2.6832>
- Faiz Muntazori, A., & Listya, A. (2021). Branding UMKM Produk Kopi Bang Sahal melalui Desain Logo. *SENADA : Semangat Nasional Dalam Mengabdi*, 1(3), 342–351.
- Hansen, S. (2020). Investigasi Teknik Wawancara dalam Penelitian Kualitatif Manajemen Konstruksi. *Jurnal Teknik Sipil*, 27(3), 283. <https://doi.org/10.5614/jts.2020.27.3.10>
- Hasanah, H. (2017). TEKNIK-TEKNIK OBSERVASI (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial). *At-Taqaddum*, 8(1), 21. <https://doi.org/10.21580/at.v8i1.1163>
- Irawati, R., & Hardiastuti, E. B. W. (2016). Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) Proses



Pembelian Bahan Baku, Proses Produksi dan Pengemasan pada Industri Jasa Boga (Studi Kasus pada PT. KSM Catering & Bakery Batam). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 186–193.

Isti Pujihastuti. (2010). Prinsip Penulisan Kuisisioner Penelitian. *Prinsip Penulisan Kuesioner Penelitian*, 2(1), 43–56.

Mashuri, M., & Nurjannah, D. (2020). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing. *JPS (Jurnal Perbankan Syariah)*, 1(1), 97–112. <https://doi.org/10.46367/jps.v1i1.205>

Rahmat, A., & Mirnawati, M. (2020). Model Participation Action Research Dalam Pemberdayaan Masyarakat. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 6(1), 62. <https://doi.org/10.37905/aksara.6.1.62-71.2020>

