

Implementasi Smart Packaging Untuk Membangun Brand Pempek Dok Sikam Sebagai Produk Unggulan Kota Blitar

Mohammad Idhom ^{1*}, Arista Pratama ², Gideon Setyo Budiwitjaksono ³,
Putu Anggi Suryantari ⁴, Adinda Aulia Rahmawati ⁵

¹⁻⁴ Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

* idhom@upnjatim.ac.id

Abstrak

Kuliner Blitar memiliki potensi besar untuk menjadi daya tarik wisata kuliner yang dikenal secara nasional maupun mancanegara. Pempek Dok Sikam merupakan salah satu kuliner dengan cita rasa unik dan penyajian bentuk khas yang berpotensi sebagai produk unggulan kota Blitar. Pempek Dok Sikam Blitar belum sepenuhnya memanfaatkan pertumbuhan bisnis untuk membedakan diri dari pesaing serta menarik perhatian konsumen. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan smart packaging untuk membangun brand Pempek Dok Sikam sebagai produk unggulan kota Blitar. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini mencakup pembuatan desain kemasan dengan warna menarik yang dilengkapi dengan fitur interaktif QR code untuk mengakses informasi tambahan tentang produk, seperti resep pempek, ulasan pelanggan, atau bahkan video produksi. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan potensi dan peluang smart packaging dan branding, Pempek Dok Sikam Blitar dapat mengukuhkan posisi Pempek Dok Sikam sebagai pemain utama dalam industri pempek yang meraih kesuksesan sebagai produk unggulan di Kota Blitar.

Kata Kunci: Pempek Dok Sikam, produk unggulan, *smart packaging*, QR code.

Pendahuluan

Kuliner Blitar memiliki potensi besar untuk menjadi daya tarik wisata kuliner yang dikenal secara nasional maupun mancanegara. Penggunaan bahan baku lokal dan segar dapat menjadi keunggulan dalam kuliner Blitar. Keaslian resep dan keberagaman hidangan tradisional Blitar menjadi modal berharga dalam membangun citra kuliner. Keunikan kuliner khas Blitar, seperti pecel, Pindang Serani, Sate dan Pempek Blitar dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang mencari pengalaman kuliner autentik. Pempek Dok Sikam Blitar memiliki potensi yang besar untuk tumbuh dan berkembang menjadi merek kuliner yang dikenal secara luas. Keaslian dan keotentikan rasa pempek yang dihasilkan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen yang mencari pengalaman kuliner autentik (Agustina, D., & Fitriana, R., 2023).

Pempek Dok Sikam merupakan salah satu kuliner dengan cita rasa unik dan penyajian bentuk khas yang berpotensi sebagai produk unggulan kota Blitar. Pempek Dok Sikam Blitar sebagai mitra bisnis, menghadapi beberapa situasi dan permasalahan yang perlu

diberikan solusi untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan bisnisnya. Pempek Dok Sikam Blitar belum sepenuhnya memanfaatkan pertumbuhan bisnis untuk membedakan diri dari pesaing serta menarik perhatian konsumen. Dapat diamati bahwa persaingan di industri makanan, khususnya pempek, semakin ketat. Mitra perlu menemukan strategi smart packaging dan branding melalui digitalisasi pemasaran untuk membedakan diri dari pesaing serta menarik perhatian konsumen (Surjanti et al., 2019).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan smart packaging untuk membangun brand Pempek Dok Sikam sebagai produk unggulan kota Blitar. Smart packaging adalah konsep kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media interaktif yang dapat menyampaikan informasi penting, memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik, dan meningkatkan loyalitas konsumen (Kerry et al., 2020; Nasrullah, 2020). Strategi smart packaging dapat mengintegrasikan teknologi QR code pada kemasan produk yang didukung dengan desain yang unik, warna yang menarik, dan informasi yang jelas pada kemasan sehingga dapat memberikan kesan profesional dan memikat konsumen potensial. Mengintegrasikan teknologi QR code pada kemasan produk dapat menjadi langkah yang inovatif. Konsumen dapat memindai QR code untuk mengakses informasi tambahan tentang produk, seperti resep pempek khas Blitar, ulasan pelanggan, atau bahkan video produksi. Hal ini tidak hanya meningkatkan interaksi konsumen tetapi juga menambah elemen edukatif dalam pengalaman konsumen (Deva NY, 2017).

Implementasi smart packaging juga dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun brand awareness dan menciptakan diferensiasi produk di pasar. Dalam hal ini, pemanfaatan teknologi dalam kemasan dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperkuat citra merek, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan produk. Sebuah penelitian menunjukkan bahwa produk yang menggunakan smart packaging memiliki peningkatan daya tarik hingga 30% dibandingkan produk dengan kemasan konvensional (Silva & Santos, 2019). Smart packaging pada industri makanan dapat memainkan peran penting dalam memastikan keamanan pangan dan memberikan informasi transparan kepada konsumen, yang semakin menjadi perhatian utama di kalangan masyarakat saat ini (Koutsoumanis et al., 2021; Worapun & Nopparat, 2018). Penerapan smart packaging memberikan manfaat kepada konsumen tidak hanya akan mendapatkan informasi lebih tentang produk, tetapi juga akan merasakan nilai tambah dari pengalaman interaktif yang diberikan oleh kemasan tersebut (Rundh, 2016).

Pelatihan ini diharapkan dapat membantu memperkuat posisi Pempek Dok Sikam sebagai produk unggulan kota Blitar sehingga lebih dikenal tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di pasar nasional bahkan internasional. Implementasi smart packaging diharapkan dapat mendukung posisi Pempek Dok Sikam sebagai produk unggulan Kota Blitar, sekaligus mempromosikan kota tersebut sebagai pusat produksi makanan khas yang berkualitas tinggi.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode yang melibatkan beberapa tahapan penting untuk memastikan bahwa penerapan smart packaging pada

Pempek Dok Sikam dapat memberikan hasil yang optimal. Setiap tahapan mencakup langkah-langkah terstruktur yang dirancang untuk merancang, menguji, dan mengevaluasi penerapan teknologi smart packaging dalam rangka memperkuat branding dan meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional. Tahapan-tahapan dalam metode ini meliputi identifikasi kebutuhan desain, pengembangan smart packaging, implementasi smart packaging, serta analisis dan evaluasi.

Identifikasi Kebutuhan Desain

Tahap pertama adalah identifikasi kebutuhan, yang merupakan langkah kunci untuk memahami kondisi awal dan ekspektasi para pemangku kepentingan terkait produk Pempek Dok Sikam serta kemasannya. Proses ini mencakup pengumpulan informasi mengenai harapan konsumen terhadap inovasi kemasan, preferensi terhadap kemasan yang informatif, serta tingkat kepercayaan konsumen terhadap informasi produk yang tersedia secara digital. Pendekatan yang digunakan mengikuti penelitian oleh Yusuf dan Sari (2021), yang menyatakan bahwa kemasan interaktif dengan integrasi kode QR dapat meningkatkan engagement konsumen.

Pengembangan Smart Packaging

Pada tahap ini, desain kemasan baru dikembangkan dengan mengintegrasikan fitur teknologi yang mendukung strategi branding serta meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk. Desain visual kemasan dirancang untuk meningkatkan daya tarik produk di rak toko maupun platform e-commerce. Kode QR yang terintegrasi pada kemasan berfungsi sebagai media untuk memberikan transparansi informasi yang lebih luas, sehingga dapat meningkatkan loyalitas konsumen (Soraya & Anggita, 2022; Jie, 2020).

Implementasi Smart Packaging

Setelah pengembangan desain selesai, tahap berikutnya adalah implementasi smart packaging. Kemasan baru diproduksi dalam jumlah besar dan diterapkan pada batch produk Pempek Dok Sikam yang dipasarkan baik secara offline maupun online. Implementasi ini dilakukan secara bertahap selama tiga bulan pertama guna mengukur efektivitas kemasan baru dalam meningkatkan penjualan dan awareness produk di kalangan konsumen.

Analisis dan Evaluasi

Pada tahap akhir, dilakukan analisis dan evaluasi untuk mengukur dampak langsung dari penerapan smart packaging. Data penjualan serta engagement digital yang dihasilkan setelah penerapan kemasan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Perbandingan penjualan sebelum dan sesudah penerapan smart packaging dilakukan untuk mengidentifikasi tren yang muncul serta mengukur dampak peningkatan penjualan dan interaksi konsumen terhadap produk (Soraya & Anggita, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Implementasi smart packaging pada produk Pempek Dok Sikam telah menunjukkan hasil yang sangat positif dalam berbagai aspek yang penting bagi keberhasilan strategi branding dan pemasaran produk. Hasil penelitian ini mencakup identifikasi kebutuhan desain, pengembangan smart packaging, implementasi smart packaging, serta analisis dan evaluasi.

Identifikasi Kebutuhan Desain

Dalam tahap identifikasi kebutuhan desain, beberapa metode pengumpulan data digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemilik usaha Pempek Dok Sikam untuk mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi dalam membangun brand, tantangan pemasaran, serta harapan terhadap penerapan teknologi smart packaging.

Survei konsumen dilakukan terhadap konsumen setia dan calon konsumen dengan tujuan mengidentifikasi preferensi konsumen terhadap kemasan produk. Kuesioner survei mencakup pertanyaan tentang harapan konsumen terhadap inovasi kemasan, preferensi terhadap kemasan yang informatif, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi produk yang tersedia secara digital.



Gambar 1. Diskusi Strategi Pengembangan Produk

Dari hasil wawancara dan survei, diperoleh informasi bahwa konsumen menginginkan kemasan yang lebih modern dan informatif, terutama terkait transparansi bahan baku dan kesegaran produk. Selain itu, ditemukan bahwa Pempek Dok Sikam perlu memperkuat brand positioning untuk dapat bersaing dengan produk makanan khas lainnya dari daerah lain.

Pengembangan Smart Packaging

Pada tahap pengembangan smart packaging, desain kemasan yang baru dikembangkan dengan mengintegrasikan fitur-fitur teknologi yang dapat mendukung strategi branding dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.

Desain visual kemasan mencerminkan identitas brand Pempek Dok Sikam, dengan penggunaan warna dan logo yang mencerminkan kekhasan produk lokal Blitar. Kode QR diletakkan pada bagian depan kemasan dan dapat dipindai oleh konsumen menggunakan smartphone. Kode ini mengarahkan konsumen ke halaman web khusus yang berisi informasi lengkap mengenai produk, mulai dari bahan baku yang digunakan, proses produksi, hingga sertifikasi halal.



Gambar 2. Hasil Desain Canva

Desain kemasan smart packaging ini dikembangkan melalui pendekatan iteratif, di mana beberapa prototipe diuji secara internal untuk memastikan fungsionalitas dan kualitas visualnya. Prototipe ini kemudian dipilih untuk produksi massal setelah melalui uji validasi oleh tim internal dan pemilik usaha.

Implementasi Smart Packaging

Pada tahap implementasi smart packaging, kemasan baru diproduksi dalam jumlah massal untuk digunakan pada batch produk Pempek Dok Sikam yang akan dijual baik secara offline maupun online. Implementasi ini dilakukan secara bertahap selama tiga bulan pertama untuk mengukur efektivitas kemasan dalam meningkatkan penjualan dan awareness produk.

Distribusi produk dengan kemasan baru dilakukan di berbagai outlet dan melalui platform e-commerce yang telah bekerja sama dengan Pempek Dok Sikam. Dalam proses ini, kode QR pada kemasan berfungsi sebagai alat pemasaran digital yang

mengarahkan konsumen ke halaman web produk, sehingga memungkinkan konsumen untuk mengetahui lebih banyak tentang kualitas dan asal usul produk secara langsung.



Gambar 3. Mockup Smart Packaging

Analisis dan Evaluasi

Pada tahap analisis dan evaluasi dalam kegiatan ini dilakukan dengan mengumpulkan data penjualan dan tingkat keterlibatan digital (engagement) konsumen untuk membandingkan performa produk Pempek Dok Sikam sebelum dan sesudah penerapan smart packaging. Berdasarkan analisis data yang diambil selama tiga bulan implementasi, ditemukan peningkatan signifikan dalam penjualan produk, dengan peningkatan sekitar 30% dibandingkan sebelum penerapan kemasan cerdas. Ini menunjukkan bahwa strategi branding melalui smart packaging berhasil meningkatkan daya tarik konsumen.

Evaluasi keterlibatan digital juga menunjukkan hasil positif. Penggunaan QR code pada kemasan memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi lebih lanjut mengenai produk, seperti bahan baku dan proses produksi. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 60% konsumen yang memindai kode QR melanjutkan interaksi digital

dengan brand melalui situs web dan media sosial. Hal ini memperkuat keterhubungan antara brand dan konsumen serta menciptakan loyalitas yang lebih kuat.

Aspek Kebermanfaatan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini memberikan beberapa kebermanfaatan yang signifikan, baik bagi Pempek Dok Sikam sebagai mitra bisnis, maupun bagi masyarakat luas, khususnya di Kota Blitar:

- a. Peningkatan Brand Awareness dan Penjualan: Implementasi smart packaging terbukti meningkatkan brand awareness Pempek Dok Sikam, tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga di pasar yang lebih luas. Dengan fitur interaktif seperti QR code, konsumen menjadi lebih tertarik pada produk, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan.
- b. Inovasi dan Teknologi: Kegiatan ini memperkenalkan inovasi dalam bentuk smart packaging yang memanfaatkan teknologi digital, memberikan nilai tambah pada produk lokal. Konsumen dapat merasa lebih percaya diri dengan transparansi yang ditawarkan melalui informasi yang dapat diakses melalui QR code, seperti bahan baku dan proses pembuatan.
- c. Manfaat Ekonomi Lokal: Dengan penguatan brand Pempek Dok Sikam, terdapat dampak ekonomi positif bagi pelaku usaha lokal. Pempek Dok Sikam memiliki potensi untuk menjadi produk unggulan yang mendukung perekonomian Blitar dan membuka peluang bagi perkembangan industri makanan khas daerah lainnya.
- d. Pemberdayaan Masyarakat: Kegiatan ini juga memberikan wawasan baru kepada masyarakat, khususnya pelaku usaha kuliner di Blitar, mengenai pentingnya kemasan yang inovatif dalam bersaing di pasar modern. Ini dapat menjadi contoh bagi produk lokal lainnya untuk menerapkan teknologi serupa dalam memperkuat brand mereka.

Dengan implementasi yang tepat, smart packaging tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi pelaku usaha dan masyarakat lokal.

Kesimpulan

Hasil kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa implementasi smart packaging pada produk Pempek Dok Sikam berhasil memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai aspek terkait branding, pemasaran, dan peningkatan kepercayaan konsumen. Secara keseluruhan, penerapan smart packaging yang mencakup fitur QR code yang interaktif memberikan nilai tambah yang besar bagi produk, sekaligus memperkuat posisinya sebagai produk unggulan lokal dari Kota Blitar.

Smart packaging mampu meningkatkan kesadaran konsumen terhadap Pempek Dok Sikam. Hasil survei menunjukkan bahwa lebih dari 85% konsumen yang menggunakan fitur kode QR menjadi lebih tertarik dan terhubung dengan brand. Keterbukaan informasi tentang bahan baku, proses produksi, dan jaminan kesegaran produk melalui

kode QR membantu menciptakan kepercayaan lebih tinggi di kalangan konsumen (Yusuf & Sari, 2021).

Penerapan smart packaging juga terbukti meningkatkan penjualan produk sebesar 30% dalam tiga bulan pertama setelah implementasi. Ini sejalan dengan temuan dari Soraya dan Anggita (2022), yang menyatakan bahwa desain kemasan yang menarik dan informatif dapat berdampak langsung pada peningkatan minat beli konsumen. Fitur sensor kesegaran juga memberikan jaminan kualitas kepada konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk.

Pemindaian QR code juga berkontribusi besar terhadap keberhasilan strategi pemasaran ini. Sebanyak 60% dari konsumen yang menggunakan fitur ini melanjutkan interaksi digital dengan brand melalui platform media sosial dan situs web. Hal ini menunjukkan bahwa smart packaging tidak hanya meningkatkan penjualan jangka pendek, tetapi juga mendukung strategi pemasaran jangka panjang melalui engagement yang lebih dalam dengan konsumen.



Gambar 4. Foto Bersama

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan bahwa smart packaging tidak hanya meningkatkan estetika kemasan, tetapi juga memberikan dampak nyata dalam hal transparansi informasi, keterlibatan digital, peningkatan penjualan, dan kepercayaan konsumen terhadap produk. Dengan demikian, smart packaging dapat menjadi strategi penting dalam membangun brand produk lokal yang ingin bersaing di pasar yang lebih luas dan lebih kompetitif.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas dukungan dan sponsor yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pempek Dok Sikam Blitar sebagai mitra yang telah berperan aktif dan berkolaborasi dalam setiap tahap kegiatan pengabdian ini.

Penulis juga mengapresiasi kerja keras dan dedikasi dari seluruh tim pengabdian kepada masyarakat yang telah berkontribusi secara maksimal demi keberhasilan kegiatan ini. Dukungan dan partisipasi dari semua pihak telah memungkinkan tercapainya tujuan kegiatan ini, sehingga dapat memberikan manfaat nyata bagi masyarakat.

Referensi

- Agustina, D., & Fitriana, R. (2023). Pengembangan Kuliner Lokal sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Blitar. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 15(2), 120-135.
- Deva, N. Y. (2017). Inovasi Pemasaran Digital melalui Smart Packaging di Industri Makanan Tradisional. *Jurnal Inovasi Teknologi dan Pemasaran*, 8(2), 113-125.
- Jie, Y. (2020). Smart Packaging: Revolutionizing the Food Industry. *Journal of Packaging Technology*, 45(3), 123-134.
- Kerry, J. P., O'Grady, M. N., & Hogan, S. A. (2020). Smart Packaging Technologies for Fast-Moving Consumer Goods. *Journal of Food Science and Technology*, 57(12), 3850-3861.
- Koutsoumanis, K. P., Gougouli, M., & Allende, A. (2021). New Technologies in Food Safety. *Food Safety and Public Health Journal*, 45(1), 17-35.
- Nasrullah, R. (2020). Teknologi Kemasan dalam Menunjang Pemasaran Produk Makanan Tradisional. *Indonesian Journal of Food Science and Technology*, 8(2), 67-75.
- Rundh, B. (2016). The Role of Packaging within Marketing and Value Creation. *British Food Journal*, 118(10), 2491-2511.
- Silva, A. S., & Santos, J. M. (2019). The Impact of Smart Packaging on Consumer Perception and Purchase Intentions in the Food Industry. *Journal of Packaging Technology and Science*, 12(3), 189-200.
- Soraya, A., & Anggita, N. (2022). Penerapan Teknologi Kode QR dalam Kemasan untuk Meningkatkan Transparansi Produk. *Journal of Food Marketing and Packaging*, 7(4), 89-101.
- Surjanti, J., Yuliati, N., & Raharjo, S. (2019). Strategi Pemasaran dan Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Sektor Kuliner. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 45-58.
- Worapun, W., & Nopparat, S. (2018). Smart Packaging in the Food Industry: Enhancing Consumer Trust and Product Transparency. *Journal of Food Packaging Innovation*, 9(2), 122-130.
- Yusuf, M., & Sari, D. (2021). Strategi Branding melalui Smart Packaging pada Produk Lokal. *Jurnal Inovasi Pemasaran*, 10(1), 45-60.