Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

PENGARUH VARIASI PRODUK, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN LABEL TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PADA ANEKA KERUPUK FAJAR PUTRA

Muhamad Ridwan[1], Ayu Suwarni[2], Arinda Arivia[3]
Manajemen, Universitas Pamulang, Banten, Indonesia
mhmadrdwan334@gmail.com[1], ayusr2332@gmail.com[2], arndarivia@gmail.com[3]

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sangat berperan penting terhadap peningkatan kesejahteraan suatu negara khususnya negara berkembang termasuk Indonesia. Keberadaan UMKM sangat berpotensi akan meningkatkan kesempatan kerja serta peningkatan pendapatan. Bahkan Kontribusi sektor usaha mikro, kecil, dan menengah terhadap produk domestik bruto meningkat dari 57,84 persen menjadi 60,34 persen dalam lima tahun terakhir. Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) diharapkan dapat meningkatkan penjualan dengan meningkatkan Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Desain Label. Karena Tiga hal ini menjadi poin penting dalam meningkatkan penjualan. Permasalahan yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah kurangnya pengetahuan tentang tren pasar seperti apa, dan juga kurang melek tentang teknologi masa kini. Kebanyakan pelaku UMKM yang ada masih melakukan pemasaran dengan metode zaman dulu sehingga mengakibatkan profit di UMKM kurang maksimal. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Mahasiswa Universitas Pamulang (Kampus Serang) Melaksanakan kegiatan PKM di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra. Tujuan diadakannya kegiatan ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara memasarkan produk yang di produksi oleh UMKM ini dan memberikan solusi bagaimana cara agar UMKM ini mendapatkan profit yang lebih maksimal. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka diadakan kegiatan pendampingan cara memperbanyak variasi produk, meningkatkan kualitas produk, dan meningkatkan citra merk dengan desain label yang baik. Dari hasil PKM di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra ini bahwa belum adanya Variasi produk yang menarik, Kualitas produk yang kurang baik, dan Desain label yang kurang unik. Karena banyak kendala yang dialami salah satunya belum paham tentang digitalisasi dan tren masa kini.

Kata kunci : UMKM, Kualitas, Variasi, Desain Label

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a very important role in improving the welfare of a country, especially developing countries including Indonesia. The presence of MSMEs has great potential to increase employment opportunities as well as income growth. In fact, the contribution of the micro, small, and medium enterprise sector to gross domestic product has increased from 57.84 percent to 60.34 percent over the past five years. MSMEs are expected to boost sales by improving

Article History
Received: Desember 2025
Reviewed: Desember 2025
Published: Desember 2025

Plagirism Checker No 238.KK.461
Prefix DOI : **12.3245/Krepa.V241.3851**

Copyright : Author
Publish by : Krepa

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

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

Product Variety, Product Quality, and Label Design. These three aspects are crucial points in increasing sales. The problems faced by MSME actors include a lack of knowledge about market trends and insufficient familiarity with modern technology. Most existing MSME actors still use outdated marketing methods, resulting in suboptimal profits for their businesses. The Community Service Team (PKM) of Pamulang University Students (Serang Campus) conducted PKM activities at UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra. The purpose of this activity is to understand how to market the products produced by this UMKM and to provide solutions on how this UMKM can achieve higher profits. To achieve this goal, guidance activities were conducted on how to increase product variations, improve product quality, and enhance brand image with good label design. The results of the PKM at UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra showed that there is a lack of attractive product variations, poor product quality, and unremarkable label design. Many obstacles were encountered, one of which is a lack of understanding of digitalization and current trends.
Keywords: MSMEs, Quality, Variation, Label Design

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini menjadi tulang punggung perekonomian nasional dengan kontribusi signifikan terhadap penyediaan lapangan kerja, PDB, dan inklusi ekonomi. *Menurut data dari Kementerian UMKM tahun 2024* terdapat sekitar 30,18 juta unit UMKM. Yang diantaranya terdapat berbagai sektor UMKM Seperti, Perdagangan besar dan eceran, reparasi dan perawatan mobil dan sepeda motor: 14.433.048 unit, Penyediaan akomodasi, makanan, minuman: 6.400.667 unit, Industri pengolahan: 4.164.542 unit, Jasa lainnya: 1.906.799 unit, Pengangkutan dan pergudangan: 1.169.310 unit, Konstruksi: 307.519 unit, Penyewaan dan sewa guna usaha tanpa hak opsi, ketenagakerjaan, agen perjalanan, dan penunjang usaha lainnya: 289.650 unit, Pertambangan dan penggalian: 196.841 unit, Pengelolaan air, air limbah, pemulihan material sampah, dan remediasi: 164.111 unit, Pendidikan: 162.659 unit Kesehatan manusia dan aktivitas sosial: 156.183 unit, Real estat: 142.526 unit, Kesenian, hiburan, dan rekreasi: 129.547 unit, Aktivitas profesional, ilmiah, teknis: 124.287 unit, Pengadaan listrik, gas, uap/air panas, udara dingin: 82.504 unit, Keuangan dan asuransi: 57.589 unit. Namun jumlah ini belum mencakup UMKM dari sektor pertanian dan perikanan. berdasarkan data dari *Badan Pusat Statistik (BPS) Sensus Pertanian 2023*, jumlah UMKM Pertanian dan Perikanan mencapai 29.341.033 unit dimana 99% merupakan usaha pertanian perorangan.

Namun demikian, tantangan UMKM di berbagai sektor berbeda-beda, beberapa tantangan tersebut diantaranya, akses keuangan, pemasaran/promosi, inftrastruktur dan teknologi, regulasi dan birokrasi serta keterbatasan ketrampilan dan pengetahuan. Untuk itu dibutuhkan sinergi dan peran dari berbagai pihak terkait untuk meningkatkan penguatan sektor UMKM sebagai salah satu gerbong penggerak pertumbuhan ekonomi.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

Untuk menguatkan pengetahuan para pelaku UMKM, maka diadakan sosialisasi terkait Kualitas Produk, Variasi Produk, dan Desain Label. Karena tiga poin ini menjadi tolak ukur konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang (Kampus Serang) bermaksud untuk Mengaplikasikan semua pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan sehingga mampu mengintegrasikannya untuk diterapkan di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra.

Khalayak sasaran di dalam kegiatan ini adalah pemilik, karyawan, dan konsumen di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra. Dalam analisis permasalahan di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra memiliki proses produksi dan distribusi kepada konsumen yang baik, namun kami masih menilai masih terdapat kekurangan-kekurangan, seperti pada kualitas, variasi dan desain label. Untuk itu kami dalakegiatan PKM melakukan sosialisai. Dengan harapan dapat meningkatkan kualitas produk, variasi produk dan desain label di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra.

Variasi Produk

Menurut Mikell P. Groover (2010:6) mengatakan bahwa variasi produk dapat diartikan sebagai produk yang memiliki desain atau jenis yang berbeda dan diproduksi oleh perusahaan. Variasi produk merupakan yang membedakan produk antar perusahaan dikategori produk yang sama. *Menurut Philip Kotler (2009:72)*, variasi produk sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran,harga, penampilan atau ciri-ciri. Jadi varian rasa adalah berbagai macam rasa yang terdapat dalam suatu produk dalam jenis yang sama. Oleh sebab itu varian rasa sangat penting dalam suatu produk untuk meningkatkan penjualan, serta membuat konsumen tidak merasa bosan pada suatu produk. Sehingga dapat menarik konsumen untuk kembali membeli produk yang sama yang tidak ditawarkan oleh pesaing.

Fungsi-fungsi Varian Produk

Ada beberapa fungsi dalam varian Produk :

a) Pembeda dari produk lain
   Suatu produk pada umunya harus mempunyai varian rasa yang berbeda dari para pesaing. Baik itu dari segi penampilan produk atau ciri khas rasa itu sendiri.
b) Pelengkap produk
   Konsumen biasanya cenderung mudah bosan terhadap produk yang menawarkan satu rasa, oleh karena itu varian rasa sangat dibutuhkan untuk menjadi pelengkap tersebut. Semakin banyak jenis varian rasa yang diciptakan, maka semakin besar pula menarik banyak konsumen.
c) Identitas produk
   Varian rasa dapat menjadi identitas suatu produk karena produk yang ditawarkan dapat mudah kenal di benak konsumen.

Desain Label

Adanya kualitas produk dan kemasan yang menarik membuat produk yang dipasarkan kepada masyarakat dapat bersaing sesuai dengan kualifikas keunggulan produk *(Prasetya, Laksono, & Hidayat, 2020)*. Jika kemasan produk ingin sesuai fungsinya maka model view dapat membantu konsumen dalam keputusan pembelian produk *(Erlyana, 2019)*. Daya tarik sebuah produk baik produk makanan dan minuman dapat ditingkatkan melalui pengembangan desain label yang

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

baik. Pengembangan desain label mengacu pada pemenuhan kebutuhan konsumen. Adanya desain label yang baik dapat membuat konsumen selalu ingat mengenai produk tersebut *(Samodro, 2018)*. Daya tarik sebuah produk tidak pernah lepas dari desain label sebuah produk. Desain label merupakan identitasutama yang dapat memberikan informasi perbedaan antara produk satu dengan produk lainnya *(Everlin & Yosephine, 2018)*.

Desain label kemasan merupakan hubungan antara bentuk, struktur, bahan, warna, gambar, tipografi, dan informasi untuk membuat produk cocok dipasarkan. Faktor-faktor desain meliputi factor pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan identitas *(Tunky & Kohardinata, 2016)*. Desain label kemasan yang menarik mampu membuka ruang tersendiri pada konsumen melalui komunikasi visual *(Kristiana, 2018)*.Tampilan kemasan yang sangat menarik bagi konsumen akan meningkatkan penjualan produk perusahaan. Tampilan desain label kemasan yang menarik akan memberikan kesan tersendiri bagi para konsumen yang akan digunakan dalam penentuan keputusan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk *(Apriyanti, 2018)*.

Kualitas Produk

Menurut Kotier & Amstrong mendefinisikan kualitas produk merupakan kemampuan pada suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, kehandalan, kemudahan operasi, perbaikan serta atribut nilai. Sedangkan Kotler dan Keller (2009: 143) mendefinisikan kualitas produk Adalah produk atau jasa yang telah memenuhi atau melebihi ekspetasi pelanggan. Berdasarkan definisi menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam ketingkatan standar mutu keandalan, keistimewaan tambahan, kadar, rasa, serta fungsi kinerja dari produk tersebut yang dapat memenuhi ekspansi pelanggan. Kualitas Produk (product quality) adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat, yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antara penjual dengan calon konsumen dalam proses memperkenalkan produk, proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membujuk mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi *(Purnama & Rialdy, 2019)*. Kualitas produk merupakan faktor terdalam yang dapat menunjukkan bahwa suatu produk yang ditawarkan itu bernilai atau tidaknya dalam sudut pandang konsumen serta merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainya (Kotler dan Armstrong, 2012). Selanjutnya menurut Assauri (2015) kualitas produk menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan. Kualitas produk menunjukan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (prescision) produk, mudah mengoprasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat	:UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra yang Beralamat di KP. Pantogan RT/RW 005/006, Kel. Panggungjati, Kec. Taktakan, Kota Serang - Banten
Waktu Pelaksanaan Kegiatan	: Minggu, 12 Oktober 2025

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

METODE KEGIATAN

Adapun metode kegiatan yang digunakan dalam pelaksanaan PKM pada UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra merupakan metode edukasi dan pendampingan berbasis pemberdayaan. Metode ini dipilih agar pelatihan tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga keterampilan langsung yang dapat diterapkan untuk meningkatkan kualitas usaha dan pemasaran produk. Tahapan kegiatan yang dilakukan dibagi menjadi tiga tahap sebagai berikut: Tahap Sebelum Kegiatan yang diantaranya : Survei Awal Lokasi, Penetapan Lokasi dan Anailsis Kebutuhan, Penyusunan Materi Pelatihan. Saat melakukan kegiatan ini meliputi beberapa acara diantaranya : Pemaparan Materi, Sesi Tanya Jawab dan Praktik Pendampingan. Tahap pasca kegiatan diantaranya : Penyusunan laporan akhir kegiatan berdasarkan data yang didapat dari peserta yang melakukan kegiatan ini dan Penyusunan publikasi baik kedalam jurnal maupun kedalam media masa sebagai bentuk pertanggung jawaban kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan kedalam bentuk pemaparan materi mengenai Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Desain Label terhadap Peningkatan Penjualan pada Aneka Kerupuk Fajar Putra. Jumlah undangan yang menghadiri acara sosialisasi sebanyak 26 orang yang berarti telah melampaui target ditetapkan yaitu 90%, dan pada kegiatan sosialisasi memiliki hasil yang memuaskan mengenai survei kepuasan instansi kepada mahasiswa yang mengikuti Pengabdian Kepada Masyarakat di Aneka Kerupuk Fajar Putra.

UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra sendiri dapat melakukan berbagai macam cara agar konsumen tertarik dengan produk salah satunya adalah dengan memuaskan kebutuhan dan memenuhi ekspektasi dari konsumen tersebut. Terdapat beberapa hal yang dapat diperhatikan oleh perusahaan seperti Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Desain Label. Kualitas produk menunjukan ukuran tahan lamanya produk itu, dapat dipercayainya produk tersebut, ketepatan (prescision) produk, mudah mengoprasikan dan memeliharanya serta atribut lain yang dinilai. Produk berkualitass prima memang akan lebih atraktif bagi konsumen bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Diduga bahwa hal tersebut dapat membantu dalam meningkatkan minat beli konsumen. Kemasan merupakan hal yang pertama kali dilihat oleh konsumen ketika akan membeli suatu produk dan menjadi salah satu bahan pertimbangan (*Widyaningrum & Musadad, 2021*).

Konsumen sering membeli suatu produk karena tertarik pada desainnya yang menarik atau bentuk kemasan suatu produk sehingga kemasan menjadi sangat efektif dalam mendorong ketertarikan pada minat beli konsumen. Kotler & Keller (2012) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Kualitas produk yang dirasakan konsumen adalah salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam pemasaran. Semakin tinggi kualitas maka konsumen akan merasa puas dan akan mempengaruhi niat beli.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra, maka disimpulkan bahwa pemilik, karyawan, serta konsumen di UMKM ini dapat memahami materi yang diberikan secara baik serta memiliki inisiatif untuk memperdalam materi melalui forum tanya jawab. Akan tetapi, perlu adanya sumber ajaran

yang dingkatkan, contohnya membuat desain label dengan software yang mudah di gunakan semua kalangan baik mahasiswa maupun masyarakat.

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Aneka Kerupuk Fajar Putra, maka disimpulkan bahwa pemilik, karyawan, serta konsumen di UMKM ini dapat memahami materi yang diberikan secara baik serta memiliki inisiatif untuk memperdalam materi melalui forum tanya jawab. Akan tetapi, perlu adanya sumber ajaran yang dingkatkan, contohnya membuat desain label dengan software yang mudah di gunakan semua kalangan baik mahasiswa maupun masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

KADIN Indonesia. (2025, September 8). *UMKM Indonesia - KADIN Indonesia*. Kadin Indonesia. https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/

Pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuaan konsumen (CFC Batuaji Batam) (Abna Haniif Novel, Shandrya Victor Kamanda, Kepi Kusumayanti) Jurnal Al-Amal, Des. 2022, Vol.1, No.1, Halaman 26-32,

Hidayat, R. (2022). Pengaruh Kualitas Konten Media Sosial terhadap Minat Peserta Didik Baru pada Lembaga Pendidikan. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 14(2), 112–124.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2024). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.

Lestari, S. (2020). Peran Partisipasi Peserta Didik dalam Penguatan Branding Sekolah di Era Digital. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi*, 7(1), 45–56.

Rahman, A., & Sari, N. P. (2023). Islamic Branding pada Lembaga Pendidikan: Studi tentang Integrasi Nilai Islam dalam Komunikasi Visual. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(1), 73–88.

Schmitt, B. (2023). *Experiential Marketing: How to Get Customers to Sense, Feel, Think, Act, and Relate to Your Company and Brands*. New York: Free Press.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Wilson, J. A. J., & Liu, J. (2023). Islamic Branding and Its Socio-Cultural Influence: A Comprehensive Framework. *Journal of Islamic Marketing*, 14(2), 356–372.

Aaker, D. A. (2020). *Building Strong Brands*. New York: Free Press.

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2021). *Panduan Pengelolaan Media Sosial untuk Satuan Pendidikan*. Jakarta: Kemendikbud.

Prasetya, B., Laksono, P. W., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kemasan terhadap keputusan pembelian. Jurnal Manajemen dan Bisnis.

Erlyana, Y. (2019). Pengaruh kemasan dan model view terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Ilmu Manajemen.

Samodro, B. (2018). Pengaruh desain label terhadap daya tarik produk. Jurnal Desain Komunikasi Visual.

Everlin, L., & Yosephine, D. (2018). Desain label sebagai identitas produk. Jurnal Desain, 5(2).

Tunky, R., & Kohardinata, M. (2016). Desain kemasan: Fungsi, unsur, dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Jurnal Desain Produk.

Kristiana, A. (2018). Pengaruh desain kemasan terhadap persepsi konsumen. Jurnal Komunikasi Visual.

Apriyanti, R. (2018). Pengaruh desain kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Manajemen Pemasaran.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). Principles of Marketing (14th ed.). Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Jakarta: Erlangga.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 12.3245/Krepa.V241.3851

Purnama, R., & Rialdy, A. (2019). Manajemen Pemasaran. (Lengkapi judul sesuai sumber asli).
Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Rajawali Pers.

Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa

Vol 5 No 5 Tahun 2025
Prefix DOI : 10.9765/Krepa.V218.3784