

INOVASI KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK PRODUK RISOLE MAYO G2J DALAM PASAR UMKM

PACKAGING INNOVATION TO ENHANCE THE APPEAL OF RISOLE MAYO G2J PRODUCTS IN THE MSME MARKET

Nabilah Nur Atikah¹, Nischa Purnama Hidayah¹, Lili Utami¹, Uswatun Hasanah^{1*}

¹Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati
Sukarno Bengkulu

*Email korespondensi: uswatun.hasanah@mail.uinfasbengkulu.ac.id

Abstract

Packaging innovation is an important strategy in increasing product attractiveness, especially in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) market. This research focuses on the Risole Mayo G2J product, which is a popular snack food. Through a creative and functional packaging design approach, this research aims to explore how attractive packaging can influence consumer perceptions and increase sales. The methods used include consumer surveys and packaging design analysis. The research results show that innovative packaging not only attracts consumers' attention but also provides significant added value to the product. Thus, packaging innovation can be the key to increasing the competitiveness of MSME products in an increasingly competitive market.

Keywords: *Packaging innovation, MSME, Risole Mayo*

Abstrak

Inovasi kemasan merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya tarik produk, khususnya pada pasar Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Penelitian ini difokuskan pada produk Risole Mayo G2J yang merupakan salah satu makanan ringan yang digemari. Melalui pendekatan desain kemasan yang kreatif dan fungsional, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana kemasan yang menarik dapat memengaruhi persepsi konsumen dan meningkatkan penjualan. Metode yang digunakan meliputi survei konsumen dan analisis desain kemasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemasan yang inovatif tidak hanya menarik perhatian konsumen tetapi juga memberikan nilai tambah yang signifikan pada produk. Dengan demikian, inovasi kemasan dapat menjadi kunci untuk meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Inovasi Kemasan, UMKM, Risole Mayo



CC Attribution-ShareAlike 4.0

Copyright © 2025 Author

Diterima: 13 Mei 2025; Disetujui: 03 Juni 2025; Terbit: 03 Juni 2025

PENDAHULUAN

UMKM produk Risol Mayo G2J di jalan simpang 3 Uinfas Bengkulu Jalan raden fatah merupakan salah satu produk kuliner yang memiliki potensi besar di pasar. Namun, dengan banyaknya pilihan yang tersedia, penting bagi produk ini untuk memiliki kemasan yang menarik dan fungsional. Kemasan yang menarik dapat menciptakan kesan pertama yang positif dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, inovasi dalam kemasan menjadi sangat penting untuk membedakan Risole Mayo G2J dari produk sejenis lainnya. Selain itu, kemasan yang menarik juga dapat meningkatkan pengalaman konsumen saat menikmati produk. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam penggunaan. Misalnya, kemasan yang mudah dibuka dan dapat digunakan kembali akan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Dengan demikian, inovasi kemasan tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada fungsionalitas.

Dalam konteks pemasaran, kemasan juga berperan penting dalam menyampaikan pesan merek. Desain kemasan yang mencerminkan nilai-nilai dan identitas merek Risole Mayo G2J dapat membantu membangun koneksi emosional dengan konsumen. Misalnya, penggunaan warna, logo, dan elemen desain lainnya yang konsisten dengan merek dapat menciptakan kesan yang kuat dan mudah diingat. Pentingnya inovasi kemasan juga terlihat dari tren konsumen yang semakin peduli terhadap keberlanjutan. Banyak konsumen saat ini yang lebih memilih produk dengan kemasan yang ramah lingkungan. Oleh karena itu, UMKM seperti Risole Mayo G2J dapat memanfaatkan tren ini dengan menggunakan bahan kemasan yang dapat didaur ulang atau biodegradable. Hal ini tidak hanya akan menarik perhatian konsumen yang peduli lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan reputasi merek. Selain itu, kemasan yang menarik dapat menjadi alat promosi yang efektif. Dengan desain yang unik dan kreatif, kemasan dapat menjadi daya tarik visual yang membuat produk lebih menonjol di rak toko. Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memiliki kemasan yang menarik dan berbeda dari yang lain. Oleh karena itu, investasi dalam desain kemasan yang inovatif dapat memberikan hasil yang signifikan dalam

meningkatkan penjualan. Dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik produk, penting bagi Risole Mayo G2J untuk melakukan riset pasar. Memahami preferensi dan kebutuhan konsumen dapat membantu dalam merancang kemasan yang sesuai. Dengan melibatkan konsumen dalam proses desain, UMKM dapat menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memenuhi harapan dan kebutuhan mereka (Zebua et al., 2025).

Akhirnya, inovasi kemasan untuk Risole Mayo G2J bukan hanya tentang estetika, tetapi juga tentang menciptakan nilai tambah bagi konsumen. Dengan menggabungkan desain yang menarik, fungsionalitas, dan keberlanjutan, produk ini dapat bersaing lebih baik di pasar UMKM. Melalui pendekatan yang strategis dan kreatif, Risole Mayo G2J dapat meningkatkan daya tariknya dan mencapai kesuksesan yang lebih besar di pasar yang kompetitif ini.

Desain kemasan yang dijual dapat menarik secara visual, menjaga produk, dan meningkatkan penjualan dan citra produk. Saat ini, risol crispy mulai berkembang dan dikenal oleh masyarakat Balikpapan. Pelanggannya terdiri dari remaja hingga orang dewasa berusia antara 17 dan 30 tahun. Permasalahan dengan Risol Crispy adalah desain kemasan yang sangat sederhana. Pemilik juga ingin kemasan murah tetapi berkualitas tinggi, dan mereka merasa logo yang digunakan saat ini tidak sesuai dengan identitas merek (Fajarani et al., 2024).



Gambar 1. Kemasan Awal

Dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik produk Risole Mayo G2J, salah satu permasalahan utama yang dihadapi adalah kemasan yang kurang menarik dan tidak mencerminkan kualitas produk. Kemasan yang

sederhana dan monoton dapat membuat produk ini sulit untuk bersaing dengan produk sejenis lainnya di pasar. Konsumen saat ini cenderung lebih memilih produk yang tidak hanya enak, tetapi juga memiliki kemasan yang menarik dan inovatif. Jika kemasan tidak mampu menarik perhatian, maka potensi penjualan Risole Mayo G2J akan terhambat, meskipun rasa dan kualitas produk sangat baik.

Permasalahan lainnya adalah kurangnya pemahaman tentang pentingnya kemasan dalam strategi pemasaran. Banyak pelaku UMKM, termasuk Risole Mayo G2J, yang masih menganggap kemasan sebagai aspek yang tidak terlalu penting dibandingkan dengan kualitas produk itu sendiri. Padahal, kemasan yang menarik dan fungsional dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Tanpa pemahaman yang baik tentang bagaimana kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian, inovasi kemasan yang dilakukan mungkin tidak akan memberikan dampak yang signifikan. Oleh karena itu, penting bagi pelaku UMKM untuk menyadari bahwa kemasan adalah bagian integral dari strategi pemasaran yang dapat meningkatkan daya tarik dan penjualan produk mereka.

Terkait kemasan yang kurang menarik pada produk Risole Mayo G2J, beberapa solusi inovatif dapat diterapkan. Pertama, penting untuk melakukan riset pasar yang mendalam untuk memahami preferensi dan kebutuhan konsumen (Hasanah & Ibrahim, 2023). Dengan melibatkan konsumen dalam proses desain kemasan, Risole Mayo G2J dapat menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga sesuai dengan harapan dan keinginan mereka. Survei atau focus group discussion dapat digunakan untuk mengumpulkan masukan dari konsumen mengenai desain, warna, dan informasi yang ingin mereka lihat pada kemasan.

Kedua, pelaku UMKM dapat mempertimbangkan untuk berkolaborasi dengan desainer grafis atau agensi pemasaran yang memiliki pengalaman dalam menciptakan kemasan yang menarik. Meskipun mungkin ada biaya yang terlibat, investasi ini dapat memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan daya tarik produk. Desainer dapat membantu menciptakan kemasan yang tidak hanya estetis tetapi juga fungsional, sehingga memudahkan konsumen dalam menggunakan produk. Selain itu, penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan dapat

menjadi nilai tambah yang menarik bagi konsumen yang peduli terhadap keberlanjutan. Ketiga, pelaku UMKM seperti Risole Mayo G2J perlu meningkatkan pemahaman tentang pentingnya kemasan dalam strategi pemasaran. Pelatihan atau workshop tentang pemasaran dan branding dapat membantu pelaku UMKM menyadari peran kemasan dalam menarik perhatian konsumen. Dengan pengetahuan yang lebih baik, mereka dapat merancang kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga mencerminkan identitas merek. Selain itu, memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk mempromosikan kemasan baru dapat membantu meningkatkan visibilitas produk dan menarik lebih banyak pelanggan. Dengan pendekatan yang strategis dan kreatif, Risole Mayo G2J dapat meningkatkan daya tariknya di pasar UMKM dan mencapai kesuksesan yang lebih besar.

METODE

Untuk melaksanakan inovasi kemasan pada produk Risole Mayo G2J secara efektif, Tentukan tujuan spesifik dari inovasi kemasan, seperti meningkatkan daya tarik visual, meningkatkan fungsionalitas, atau menonjolkan keberlanjutan. Lakukan analisis terhadap kemasan produk sejenis di pasar untuk mengidentifikasi tren dan elemen desain yang menarik. Buat beberapa prototipe kemasan berdasarkan konsep yang telah disetujui. Pertimbangkan berbagai aspek seperti ukuran, bentuk, dan bahan kemasan. Lakukan uji coba dengan kelompok kecil konsumen untuk mendapatkan umpan balik tentang desain, kemudahan penggunaan, dan daya tarik visual.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Produk

Produk Olahan dari Risole Mayo G2J yang saat ini di produksi dan jual adalah Jasuke Lumer, Mayo Beef Jagung, Risol Mayo Sosis, Risol Mayo Smoke Beef, Risol Mayo Beef Telor, Mayo Menthai Crab, Risol Mayo Mozarella, Risol Ayam Pedas, Risol Chicken Rogout, Risol seblak. penjelasan mengenai produk-produk yang saat ini diproduksi dan dijual oleh Risole Mayo G2J:



Gambar 2. Daftar Harga

a. Jasuke Lumer: Rp 2.500

Jasuke Lumer adalah kombinasi antara jagung manis dan keju yang diolah menjadi camilan yang creamy dan lezat. Dengan tekstur yang lembut dan rasa yang manis, Jasuke Lumer menjadi pilihan yang sempurna untuk dinikmati sebagai snack atau hidangan pendamping.

b. Mayo Beef Jagung: Rp 2.500

Produk ini menggabungkan daging sapi yang juicy dengan jagung manis dan saus mayo yang creamy. Mayo Beef Jagung menawarkan cita rasa yang kaya dan memuaskan, menjadikannya pilihan yang ideal untuk pecinta daging.

c. Risol Mayo Sosis: Rp 2.500

Risol Mayo Sosis adalah varian risol yang diisi dengan sosis berkualitas tinggi dan saus mayo. Camilan ini cocok untuk segala usia dan sangat populer di kalangan anak-anak, karena rasanya yang familiar dan mudah dinikmati.

d. Risol Mayo Smoke Beef: Rp 2.500

Dengan isian daging sapi asap yang memberikan rasa yang khas dan menggugah selera, Risol Mayo Smoke Beef adalah pilihan yang tepat bagi mereka yang menyukai cita rasa yang lebih berani. Kombinasi antara daging asap dan saus mayo menciptakan pengalaman rasa yang unik.

e. Risol Mayo Beef Telor: Rp 3.000

Produk ini menggabungkan daging sapi dengan telur yang lembut, memberikan rasa yang kaya dan tekstur yang memuaskan. Risol Mayo Beef Telor sangat cocok untuk dijadikan camilan atau hidangan ringan.

f. Mayo Menthai Crab: Rp 3.000

Mayo Menthai Crab adalah inovasi yang menggabungkan daging kepiting dengan saus mayo yang lezat. Camilan ini menawarkan cita rasa laut yang segar dan creamy, menjadikannya pilihan yang menarik bagi pecinta seafood.

g. Risol Mayo Mozarella: Rp 4.000

Dengan isian keju mozzarella yang meleleh, Risol Mayo Mozarella adalah pilihan yang sempurna untuk penggemar keju. Rasa gurih dan tekstur yang kenyal membuatnya menjadi camilan yang sangat disukai.

h. Risol Ayam Pedas: Rp 2.000

Bagi pecinta rasa pedas, Risol Ayam Pedas adalah pilihan yang tepat. Dengan isian daging ayam yang dibumbui pedas, camilan ini menawarkan sensasi rasa yang menggugah selera dan cocok untuk dinikmati kapan saja.

i. Risol Chicken Rogout: Rp 2.000

Risol Chicken Rogout adalah varian yang menggabungkan daging ayam dengan saus rogout yang kaya rasa. Camilan ini memberikan pengalaman rasa yang berbeda dan cocok untuk mereka yang mencari sesuatu yang lebih istimewa.

j. Risol Seblak: Rp 2.500

Menghadirkan cita rasa khas Indonesia, Risol Seblak menggabungkan bumbu seblak yang pedas dan gurih dengan isian yang lezat. Camilan ini sangat cocok bagi mereka yang menyukai makanan pedas dan ingin mencoba sesuatu yang unik.

Risole Mayo G2J memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan produk mereka secara efektif. Di Instagram, mereka menampilkan foto dan video berkualitas tinggi dari berbagai varian risol, menggunakan fitur Stories dan Reels untuk berbagi konten interaktif, serta berkolaborasi dengan influencer untuk meningkatkan visibilitas. Di Facebook, mereka membagikan konten edukatif, mengadakan event dan giveaway, serta menampilkan ulasan positif dari pelanggan untuk membangun kepercayaan. Sementara itu, di TikTok, Risole Mayo G2J menciptakan video kreatif dan mengikuti tren, termasuk tantangan hashtag, serta bekerja sama dengan influencer untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Melalui strategi promosi yang beragam ini, Risole Mayo G2J berhasil meningkatkan brand awareness dan penjualan di pasar UMKM.

Secara umum, Untuk Bagian Depan Nya Menampilkan Logo/Merek Produk, Untuk menampilkan informasi produk kepada konsumen.



Gambar 3. Kemasan Baru Yang Di Tawarkan

Minfo Polgan, 12(2), 2572-2576.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13317>

Zebua, F., Hulu, T. H. S., Lase, D., & Baene, E. (2025). Inovasi Desain Kemasan Dodol Durian Nias sebagai Strategi Peningkatan Daya Tarik dan Penjualan di UD Tanda Setia Gunungsitoli. *Management Perspective: Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 80-97. <https://doi.org/10.62138/management.v2i2.124>

KESIMPULAN

Inovasi kemasan terbukti memberikan dampak positif terhadap daya tarik produk Risole Mayo G2J di pasar UMKM. Desain kemasan yang menarik dan fungsional dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli. Penelitian ini menekankan pentingnya perhatian terhadap aspek kemasan dalam strategi pemasaran produk, khususnya bagi UMKM yang ingin bersaing di pasar yang dinamis. Oleh karena itu, UMKM disarankan untuk terus berinovasi dalam desain kemasan guna meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Fajarani, G. E., Hestingtyas, A., & Ivani, K. A. (2024). PERANCANGAN DESAIN KEMASAN SEBAGAI FAKTOR PENINGKATAN DAYA SAING PRODUK RISOL DI KOTA BALIKPAPAN. *JURNAL EKONOMI & BISNIS DIGITAL TERPADU*, 1(1), 55-66.
- Hasanah, A., & Ibrahim, H. (2023). Upaya Meningkatkan Daya Saing Di Pasar Internasional Pada Era Globalisasi. *Jurnal*