

## PENDAMPINGAN PENGEMBANGAN PRODUK INOVATIF SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN PRODUKTIFITAS PRODUK

Heris Kencana TJ<sup>1)</sup>, Anisa Fatmawati<sup>2)</sup>, Siti Rohana<sup>3)</sup>, Tyas Dwi Prasetyo<sup>4)</sup>

<sup>1,2,3,4</sup> Ekonomi Pembangunan, Ekonomika dan Bisnis, Universitas Wijayakusuma Purwokerto  
Jl. Raya Beji Karangsalam No.25, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah  
e-mail: [heriskencana@gmail.com](mailto:heriskencana@gmail.com)

### Info Artikel

**Diajukan:** 2 Juni 2024  
**Diterima:** 15 Juli 2024  
**Diterbitkan:** 1 Agustus 2024

### Kata Kunci:

Produk, Kemasan,  
Pelabelan, Desain

### Keywords:

Product, Packaging,  
Labelling, Design

Copyright © 2024 penulis

### Abstrak

Pengemasan adalah suatu proses pembungkusan, pewadahan atau pengepakan suatu produk dengan menggunakan bahan tertentu sehingga produk yang ada di dalamnya bisa tertampung dan terlindungi. Sedangkan kemasan adalah wadah berupa hasil akhir proses mengemas untuk meningkatkan nilai dan fungsi sebuah produk. Tampilan kemasan yang menarik dapat memberikan kesan tersendiri bagi para konsumen dalam menentukan keputusannya untuk membeli suatu produk. Selain itu, peran kemasan juga mampu meningkatkan atau menurunkan penjualan produk pada suatu perusahaan. Maksud dan tujuan dari adanya kegiatan pendampingan ini adalah membuat produk sekaligus memberi labelling pada produk dan mendesign kemasan semenarik mungkin sehingga mendapat nilai jual yang bisa menambah pendapatan. Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Pandak adalah wawancara dengan tatap muka serta pendampingan dan pelatihan dalam melakukan pembuatan produk dan labelling kemasan produk. Hasil dari kegiatan pendampingan adalah untuk mengembangkan produk sehingga mempunyai daya tarik dan meyakinkan serta memberi informasi kepada konsumen terhadap produk yang dijual.

### Abstract

*Packaging is a process of wrapping, containing or packing a product using certain materials so that the product inside can be contained and protected. Meanwhile, packaging is a container in the form of the final result of the packaging process to increase the value and function of a product. An attractive packaging appearance can give a special impression to consumers in determining their decision to buy a product. Apart from that, the role of packaging can also increase or decrease product sales in a company. The aim and objective of this mentoring activity is to make products as well as label the products and design the packaging as attractively as possible so that it gets sales value that can increase income. The approach method used in community service activities in Pandak Village is face-to-face interviews as well as assistance and training in making products and labelling product packaging. The result of mentoring activities is to develop products so that they are attractive and convincing and provide information to consumers about the products being sold.*

## PENDAHULUAN

Baturraden tidak hanya dikenal dengan potensi wisatanya, tetapi juga dikenal menghasilkan berbagai produk berkualitas mulai dari produk makanan dan minuman, produk pertanian, produk seni dan kerajinan, dan sebagainya. Sebagian besar produk-produk tersebut

dihasilkan melalui industri skala rumah tangga dari Usaha Menengah Kecil Mikro (UMKM). Keberadaan mereka juga berkontribusi bagi perekonomian di Banyumas. Meskipun beberapa UMKM telah berhasil mengembangkan produknya. Salah satu masalah yang dihadapi oleh UMKM di Baturraden adalah menciptakan kemasan yang menarik khususnya produk makanan. Padahal peran kemasan sangat penting karena menciptakan kesan pertama bahkan sebelum produk dikonsumsi (Zumaeroh *et al.* 2023).

Pada awalnya kemasan (*package*) adalah satu komponen penting digunakan untuk mengemas suatu benda atau produk agar tetap dalam kondisi yang baik (Setiawan & Oemar, 2015). Pada perkembangan kemasan berfungsi dari sebuah pelindung dari sebuah produk tapi lebih dari itu, desain kemasan justru kiat menguatkan persepsi sebuah kuantitas produk. Tampilan dan estetika kemasan justru menjadi sangat penting dalam membangun brand sebuah produk. Setiadi (2005) menjelaskan fungsi kemasan sebagai informasi, sebagai pelindung produk, dan branding/merek. (Permadi, Susatyo, & Pujotomo, 2017). Suatu desain kemasan yang buruk dapat menimbulkan citra jelek terhadap sebuah produk dan sebaliknya kemasan yang baik dapat menarik minat pembeli terhadap sebuah produk (Theophany, Bramantya, & Sutanto, 2014).

Di era globalisasi saat ini, persaingan untuk meraih konsumen sangat ketat. Oleh karena itu, banyak usaha kecil yang mulai memikirkan strategi efektif yang dapat menarik konsumen untuk membeli produknya. Salah satu cara untuk menarik konsumennya adalah dengan menggunakan kemasan yang menarik. Kemasan yang menarik harus dibuat sebaik mungkin. Selain itu pelabelan dapat disertakan pada kemasan sebagai informasi yang memuat keterangan atau penjelasan penting terkait dengan produk. Pelabelan menjadi proses wajib yang harus dilakukan setelah proses pengemasan selesai dikerjakan. Label dan kemasan merupakan salah satu kunci bagi UMKM untuk lebih meningkatkan nilai jual produk (Purnomo & Zumaeroh 2024; Umiati *et al.* 2023; Faeda *et al.* 2023; dan Purnomo *et al.* 2022).

Bisnis yang dilakukan oleh suatu kelompok tidak hanya fokus terhadap keuntungan yang diperoleh, namun juga diarahkan dalam pengembangan usaha sehingga dapat mempertahankan bisnisnya (Susilowati *et al.* 2022). Usaha dari hasil produksi rumah tangga atau dikenal dengan UMKM diarahkan untuk mempertahankan eksistensi suatu usaha sehingga dapat bersaing dengan produk di pasaran. UMKM juga disebut sebagai sektor yang mampu menopang perekonomian rumah tangga bahkan perekonomian nasional salah satunya adalah negara Indonesia (Purnomo *et al.* 2021). Suatu usaha dapat lebih berkembang dengan strategi dalam bentuk promosi dan packaging yang merupakan salah satu alat marketing untuk memperluas penjualan produk kepada masyarakat (Lestari, 2015).

Usaha tani yang menjadi penekanan pada penelitian ini adalah subsistem agribisnis hilir dimana pengolahan produk hasil pertanian untuk pengembangan pangan lokal atau makanan tradisional mempunyai peranan yang strategis dalam upaya penganekaragaman konsumsi pangan di daerah, karena bahan baku pangan tersebut tersedia secara spesifik lokal (Safitri *et al.* 2020). Pengolah makanan khas dengan memanfaatkan pangan lokal atau sumber pangan alternatif untuk meningkatkan produktivitas kelompok sekaligus melakukan diversifikasi pangan dengan pengolahan sumberdaya pangan alternatif mempunyai tujuan selain untuk menambah penghasilan juga turut serta dalam pembangunan Ketahanan Pangan memberdayakan masyarakat agar mampu menanggulangi masalah pangan secara mandiri serta mewujudkan ketahanan pangan rumah tangga berkelanjutan (Jati *et al.* 2022).

KWT Sekar Mandiri di Desa Pandak Kecamatan Baturraden Kabupaten Banyumas merupakan UMKM kelompok yang berdiri sejak Januari 2023. Awal mula dibentuknya kelompok wanita tani tersebut karena adanya lahan kosong milik salah seorang warga yang digunakan untuk tempat pembuangan sampah. Pemilik dari lahan tersebut bernama Bu Suyanti, yang kemudian mempunyai pendapat untuk mengolah lahan tersebut menjadi usaha kelompok wanita tani. Modal awal dibentuknya UMKM tersebut berasal dari Kas warga sebesar Rp 500.000. Kemudian Ibu Suyanti mengajukan bantuan kepada dinas berupa dana untuk UMKM tersebut. Pengajuan tersebut disetujui oleh dinas lalu bantuan pertama turun sebesar Rp

25.000.000 yang digunakan untuk keperluan UMKM seperti pupuk, polibag, plastik mulsa dan lain sebagainya sesuai dengan RUK. Setiap pembelian wajib dilaporkan dengan membuat LPJ dengan mencantumkan foto berupa barang yang dibeli dan nota pembelian.

Sejauh ini tidak ada hambatan pada usaha kelompok tani tersebut, namun sangat disayangkan jika hasil dari KWT tersebut hanya dijual dalam bentuk bahan mentah dan belum dikembangkan menjadi produk jadi karena belum adanya labelling dan desain untuk produk tersebut. Label merupakan bagian dari suatu produk yang menyampaikan informasi mengenai produk dan penjual. Sebuah label biasa merupakan bagian dari kemasan, atau bisa pula merupakan etiket (tanda pengenal) yang dicantelkan pada produk, Tjiptono (1997).

Untuk itu tujuan dari kegiatan pendampingan yaitu untuk membantu UMKM tersebut memiliki produk jadi yang dapat diperjualbelikan dan memiliki label serta desain pada kemasan yang menjadi ciri khas kelompok wanita tani Desa Pandak.

## **METODE**

Metode pendekatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian pada masyarakat di Desa Pandak adalah wawancara tatap muka serta pendampingan dan pelatihan dalam melakukan pengembangan kemasan dan pelabelan pada produk. Sasaran kegiatan pengabdian ini adalah pelaku usaha industri rumahan yaitu KWT Sekar Mandiri di Desa Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas sehingga dapat mendorong pelaku usaha wanita tani untuk lebih berkembang seiring dengan berkembangnya teknologi yang semakin canggih. Pelaku usaha ini dapat melakukan pembaharuan terhadap packaging produk dan dapat melakukan pemasaran melalui media sosial atau sering disebut online guna meningkatkan pendapatan dan keuntungan yang diterima.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil pendampingan dapat diketahui bahwa Kelompok Wanita Tani (KWT) Sekar Mandiri di Desa Pandak, Baturraden melalui pengembangan kemasan produk dengan cara memperbaiki kemasan produk guna menambah nilai jual produk tersebut agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian, selain itu pemasaran tidak hanya dijual di lingkungan setempat saja, tetapi bisa dijual di ruko-ruko tempat wisata Desa Baturraden dengan harga yang maksimal.

Adapun manfaat dari pelatihan pelatihan yaitu memberikan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan baru sesuai dengan inovasi labelling dan packaging pada produk Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Pandak, Baturraden. Setelah adanya kegiatan pendampingan UMKM di Desa Pandak, Baturraden terkait cara pengemasan, labelling dan banner. Kemudian berdasarkan hasil identifikasi dan penelitian tersebut, maka terdapat beberapa hal yang perlu dikembangkan yakni terkait dengan pembuatan label produk yang sebelumnya belum ada maupun yang sudah ada namun perlu diperbaiki, tampilan pengemasan produknya, serta pemasaran lebih luas melalui penambahan pemasangan banner. Desain produk itu sendiri berdasarkan pengabdian yang telah dilakukan maka memang perlu diadakan pembaharuan. Karena selain sebagai nilai jual sebuah produk, desain sendiri pada dasarnya juga digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi, dan membedakan sebuah produk dipasar (Klimchuk, Marianne, dan Krasover, Sandra A, 2006). (Harventy & Kholmi, 2020) mengemukakan bahwa Teori Pendampingan UMKM perlu dilakukan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh UMKM yang berkaitan dengan pengetahuan pelaku UMKM yang kurang dalam pengelolaan UMKM.

KWT "Sekar Mandiri" menjual hasil kebunnya dengan keadaan masih utuh dalam bentuk sayuran belum bisa mengolah hasil sayur menjadi produk yang lebih menarik lagi. Selain itu masih kurang dalam informasi mengenai adanya KWT "Sekar Mandiri" sehingga kebanyakan orang di sekitar belum mengetahui adanya KWT "Sekar Mandiri". Di samping itu, KWT sekar mandiri juga belum mempunyai ide untuk model pengemasan dan labelling produknya. Peran kemasan pada produk adalah 1) Sebagai wadah yang memungkinkan

diangkutnya suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen; 2) Melindungi produk yang dikemas dari berbagai kerusakan; 3) Memberikan informasi, brand image dan sebagai media promosi dengan pertimbangan mudah dilihat, dipahami serta diingat. Sehingga kebutuhan kemasan dalam memberi informasi menjadi bagian yang paling penting. Pemberian label dan merek pada produk sangat penting sebagai pembeda terhadap pesaing.

Tidak jauh berbeda dengan pelaku usaha yang lain untuk bahan dasar yang digunakan para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memang semua asli dari hasil alam yang ada di sekitarnya. Dengan tujuan memanfaatkan hasil alam yang memiliki nilai jual rendah dan sedikit peminat maka para pelaku usaha memikirkan ide kreatif untuk meningkatkan nilai jual. Sedangkan untuk pengolahan produk tersebut pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) menggunakan alat yang sederhana sesuai yang mereka miliki saja. Mengingat bahwa usaha para pelaku UMKM ini kecil maka untuk memperoleh alat yang canggih itu sangat tidak mungkin sekali untuk saat ini. Untuk itu pelaku usaha dalam tahap pembuatannya menggunakan alat yang sederhana bahkan prosesnya pun dengan proses manual, untuk tahapan yang tidak mungkin dilakukan secara manual pelaku usaha banyak menerima alat-alat pertanian dari bantuan pemerintah guna memperlancar dalam menjalankan usahanya.

Dalam pendampingan ini akan memperbaiki sistem penjualan produk, labelling dan informasi mengenai KWT "Sekar Mandiri" yaitu pertama dengan sistem penjualan yang hanya menjual hasil kebun dalam bentuk sayuran kita memotivasi anggota untuk mengolah sayur tersebut menjadi sebuah produk tambahan seperti kripik bayam dan kripik pare, produk yang awalnya masih menggunakan plastik bening biasa untuk pengemasan yang kemudian diubah menggunakan plastik standing pouch karena terlihat lebih menarik dari sebelumnya. Setelah pengemasan selesai produk diberi label tujuannya sebagai media promosi dan mempermudah mengetahui informasi yang terdapat pada label tersebut. Tidak hanya itu saja, pencantuman nomor telepon dan sosial media untuk pemesanan pada kemasan dapat mendukung pemasaran produk. Selain itu, pada desain label juga tertera informasi terkait komposisi sehingga konsumen dapat mengetahui bahan apa saja yang dipakai untuk membuat produk.

Di tengah persaingan bisnis yang kian kompetitif, fungsi kemasan kian berkembang tidak hanya sebagai pelindung sebuah produk. Fungsi kemasan juga berperan penting dalam mempengaruhi konsumen dalam memilih sebuah produk. Kemasan telah mendukung penciptaan nilai tambah bagi sebuah produk dari segi bentuk, warna, hingga grafisnya. Kemasan juga berfungsi dalam membangun identitas sebuah produk. Identitas yang tidak konsisten dapat menyebabkan konsumen kesulitan dalam mengenal produk tersebut. Pembuatan kemasan tidak sebatas memilih kemasan yang baik tetapi juga melakukan desain mulai dari pembuatan logo, desain, pemasangan banner untuk promosi produk dari Desa Pandak. Pendampingan pembuatan kemasan produk Desa Pandak sementara hanya fokus pada dua produk yaitu kripik pare dan kripik bayam. Berikut ini merupakan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kelompok Wanita Tani (KWT) di Desa Pandak, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas.

1) Membuat dan memasang banner sebagai sarana promosi

Membuat dan pemasangan banner sebagai sarana media promosi kepada masyarakat sangat efektif di masa sekarang ini. Dengan adanya banner yang dipasang di beberapa titik diharapkan dapat membantu dalam upaya menyebar luaskan produk sehingga orang dari daerah lain dapat melihat dan mengetahui. Pemasangan banner dilakukan di beberapa titik, seperti di desa sebelah, di gang jalan serta di samping dipertigaan jalan raya.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan  
Gambar 1. Desain Banner

## 2) Pembuatan Logo dan Packaging UMKM

Sebelumnya produk-produk Desa Pandak masih belum memiliki logo yang akan digunakan sebagai identitas. Hal ini mendorong pembuatan logo untuk produk Desa Pandak. Penggalian konsep logo dimulai dengan menentukan tema sebagai acuan dalam perencanaan desain kemasan. Konsep logo yang dibuat, dibuat sesederhana mungkin agar mudah dipahami oleh konsumen. Logo yang dibuat disesuaikan dengan permintaan dari pengelola UMKM.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan  
Gambar 2. Desain Label Kemasan

Pembuatan Desain Merk dengan menggunakan aplikasi Canva. Pada produk tersebut dengan diberikan nama Merk pemilik usaha dan produk apa saja yang dijual. Lalu merapikan packaging atau tempat untuk kripik dari semula tidak ada logo menjadi ada logonya. Desain Merk dan packaging yang baik dapat mensinergikan dan mengintegrasikan dari beberapa elemen desain dan fungsi kemasan, sehingga dihasilkan kemasan yang memiliki tingkat efektifitas, efisiensi dan fungsi yang sesuai baik dalam produksi kemasan sampai kegunaan kemasan.

## 3) Ikut Serta Dalam Berkebun

Kelompok kami juga mengikuti kegiatan di KWT “Sekar Mandiri” Desa Pandak, Baturaden yaitu berkebun Serta bercocok tanam bersama anggota kelompok ibu-ibu yang juga sedang menanam. Selain untuk belajar bagaimana cara merawat tanaman dengan baik dan benar, kami juga diajarkan beberapa macam sayuran beserta manfaatnya, kami juga

mengetahui keperluan dan kebutuhan jika ingin berkebun seperti kebutuhan pupuk, kondisi tanah, serta cuaca apa saja yang baik digunakan untuk menanam.



Sumber: Dokumentasi Kegiatan  
Gambar 3. Penanaman Bibit

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa pelaku UMKM dapat termotivasi untuk mengolah sebuah produk tambahan seperti Keripik Bayam dan Keripik Pare. Di samping itu, pelaku UMKM dapat memahami tentang pentingnya pengemasan dan labelling pada produk. Menciptakan hasil kemasan dan labelling yang lebih bagus dan menarik apabila dipasarkan sehingga banyak orang yang tertarik dan mau membeli produk yang dibuatnya agar dapat menghasilkan dan membantu perekonomian UMKM. Pelaksanaan proyek ini mengalami peningkatan setiap bulannya. Namun, tak terlepas pula bahwa proyek ini mengalami beberapa kendala. Kendala terbesar selama proyek bisnis ini yaitu kurangnya bibit serta kondisi tanah yang kurang bagus. Dampak dari kendala tersebut yaitu menghambat penanaman serta menghambat pemanenan yang sudah diprediksi sebelumnya.

Merujuk pada laporan ini ada beberapa rekomendasi yang dapat diberikan, diantaranya 1) Sebelum melakukan bisnis, disarankan untuk mematangkan ide terlebih dahulu agar bisnis yang dijalankan berjalan lancar; 2) Sebelum menentukan produk atau jasa yang ditawarkan, disarankan untuk melakukan validasi ide dan validasi pasar terlebih dahulu. Hal itu dilakukan untuk memastikan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan sesuai dengan apa yang dibutuhkan pasar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fandi Tjiptono. (1997). Strategi Pemasaran. Edisi Kedua. Andi: Yogyakarta.
- Faeda, I. N., Priyatama, T., Danuta, K. S., Octisari, S. K., & Purnomo, S. D. (2023). Penerapan Aplikasi TikTok Dalam Mendorong Kinerja UMKM di Kota Purwokerto. In *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2, 513-518).
- Harventy, G., Zubaidah, S., & Kholmi, M. (2020). Pendampingan Penyusunan Pelaporan Keuangan Pada Kelompok Usaha Kecil Dan Menengah Brosem Semeru. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1)., 60-74.

- 
- Jati, D., Purnomo, S. D., & Retnowati, D. (2022). Minat Petani Jagung Dalam Pembentukan Kelompok Tani Di Desa Sokawera, Somagede, Banyumas. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan*, 22(2), 139-149.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2006). Desain Kemasan. Terjemahan oleh: Bob Sabran. 2008. Erlangga. Jakarta.
- Permadi, D. T., Susatyo, N. W. P., & Pujotomo, D. (2017). Perancangan Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan pada Umkm Center Jawa Tengah dengan Metode Kansei Engineering. *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1), 1-9.
- Purnomo, S. D., Adhitya, B., & Zumaeroh, Z. (2021). Pengaruh ekonomi digital terhadap pendapatan industri mikro dan Kecil di Indonesia. *Jurnal Ekonomikawan*, 21(1), 85-95.
- Purnomo, S. D., Poernomo, A., Prabawa, A., & Budiastuti, A. (2022). Diversifikasi Olahan Daging Sapi Untuk Meningkatkan Pendapatan Di Masa Pandemi. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 139-142.
- Purnomo, S. D., & Zumaeroh, Z. (2024). Pendampingan Umkm Dalam Mendukung Keberlanjutan Usaha Pertanian Kelompok Wanita Tani Cempaka. *Wikuacitya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 44-52.
- Safitri, N., Istiqomah, I., Widyaningsih, N., & Purnomo, S. D. (2020). Analisis Keanggotaan Petani Dalam Kelompok Tani: Studi Kasus Kelompok Pembudidaya Ikan "Ulam Sari" Desa Kalikidang, Sokaraja, Banyumas. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 13(1), 65-72.
- Setiawan, R. D., & Oemar, E. A. B. (2015). Pengembangan Desain Kemasan Kripik Singkong Ud Aji Jaya Makmur. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 3(3) 183-189.
- Susilowati, I., Istiqomah, I., Sukiman, S., & Purnomo, S. D. (2022). Analisis Margin Pemasaran Ikan Layang di Kabupaten Pati. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 6(1), 238-248.
- Theophany, H., Bramantya, B., & Sutanto, R., P. (2014). Studi Visual Perubahan Desain Kemasan Sosis "Bernardi" Tahun 2009-2013. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1-13.
- Umiati, L., Wijaya, M., Nugraha, G. A., Octisari, S. K., & Purnomo, S. D. (2023). Kajian Empiris Penerapan Media Sosial dan Marketplace pada UMKM di Kabupaten Banyumas. In *SEMINAR NASIONAL LPPM UMMAT*, 2, 496-504).
- Zumaeroh, Z., Prabawa, A., Muntahanah, S., Adhitya, B., & Purnomo, S. D. (2023). The entrepreneurial pattern sought to improve food security. *Eduvest-Journal of Universal Studies*, 3(1), 191-200.