

Pelatihan Kemasan Produk UMKM di Desa Mekarmanik Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Jawa Barat

MSMEs Product Packaging Training in Mekarmanik Village Cimenyan Subdistrict Bandung Regency

Eti Suminartika¹

Hepi Hapsari²

Yosini Deliana²

¹Department of Agribusiness, Faculty of Agriculture, Padjadjaran University

²Department of Agricultural Economics, Faculty of Agriculture, University

email: eti.suminartika@unpad.ac.id

Kata Kunci

Kemasan Produk

Label Produk

Merek

Keterampilan

Keywords:

Product Packaging

Product Labels

Brand

Skills

Received: May 2024

Accepted: July 2024

Published: November 2024

Abstrak

Usaha kecil merupakan sumber pendapatan dan lapangan pekerjaan bagi banyak penduduk di kita, salah satu permasalahan UMKM adalah kemasan produk yang kurang menarik, oleh karena itu perbaikan kemasan produk perlu ditingkatkan untuk meningkatkan penjualan. Tujuan kegiatan PKM ini: (1) untuk meningkatkan pengetahuan tentang kemasan produk dan (2) meningkatkan keterampilan merakit/membuat kemasan produk. Kegiatan PKM dilaksanakan dari 24 Juni sampai 24 Juli 2024 di bale Desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung. Metoda yang digunakan adalah penyuluhan berupa ceramah, diskusi dan praktek merakit/membuat kemasan. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dianalisis melalui hasil tes awal dan tes akhir, Hasil kegiatan menunjukkan: Pengetahuan peserta tentang kemasan produk yang meliputi fungsi kemasan, bahan kemasan, pemberian label meningkat dari yang nilainya 60% menjadi 97%, keterampilan peserta dalam perakitan/pembuatan kemasan meningkat dari yang kurang trampil menjadi lebih trampil.

Abstract

The role of small-scale business (UMKM) is source of income and job for the people. The problem of the industry is low quality of product packaging. The purpose of PKM are: (1) How to increase the knowledge and (2) how to raise packaging practice. PKM activities took place from June 24th until July 24th, 2024. The activity was done by companionship of lecture, demonstration and practice. Participant knowledge and practice increase were analysed based pre-test before activity and post-test after activity. The result of activity showed us there were increase significantly about packaging product knowledge and packaging product experience.



© 2024 Eti Suminartika, Hepi Hapsari, Yosini Deliana. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8139>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian nasional. Sektor UMKM mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, oleh karena itu usaha UMKM perlu di kembangkan. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) adalah kemasan yang masih sederhana. Penampilannya kemasan yang kurang menarik dapat menyebabkan produk UMKM jangkauan pasarnya terbatas, sulit bersaing dipasaran terutama di pasar modern. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009), bahwa UMKM pangan adalah salah satu UMKM yang mempunyai potensi dalam mengembangkan perekonomian Nasional. Apabila UMKM makanan dan minuman tidak meningkatkan mutu hasil produksi dan kemasannya maka UMKM makanan dan minuman akan kalah bersaing dengan makanan dan minuman impor. Menurut Widiati (2019), keberadaan kemasan sangat diperlukan oleh Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pontianak karena masih menggunakan kemasan yang belum standar. Menurut Kementerian Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (2009), kemasan atau *packaging* adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan

How to cite: Suminartika, E., Hapsari, H., Deliana, Y. (2024). Pelatihan Kemasan Produk UMKM di Desa Mekarmanik Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Jawa Barat. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(11), 2011-2019. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.8139>

untuk melindungi sebuah produk saat akan dikirim, disimpan atau dijajakan. Kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan produk yang dikemas dan juga memberikan nilai jual dan citra produk.

Peran kemasan pada produk adalah :

- 1) Sebagai wadah suatu produk atau barang dari satu tempat ketempat yang lain atau dari produsen ke konsumen,
- 2) Melindungi produk yang dikemas dari pengaruh cuaca, benturan, tumpukan dan lain-lain, dan
- 3) Memberikan informasi, *brand image* dan sebagai media promosi apabila mudah dilihat, dipahami serta diingat.

Kemasan memberi informasi yang penting bagi produk yang dikemas, pemberian label dan merek pada produk penting sebagai pembeda terhadap produk pesaing. Simamora (2007) mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional.

Desain kemasan dapat mempengaruhi apa yang ada di dalam kemasan, karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen, oleh karenanya kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus, menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen, selain itu, harus memperhatikan tren di masyarakat, kemasan yang ketinggalan jaman akan memberikan kesan produk ketinggalan jaman, kecuali produk tersebut sudah dikenal luas dan memiliki *brand awareness* yang kuat. Menurut Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009), ada beberapa hal yang mesti tercantum dalam sebuah kemasan yaitu nama produk, *brand* atau merek, logo, keterangan tentang bahan tambahan pangan, keterangan tentang bahan yang digunakan (komposisi), keterangan tentang berat bersih atau isi bersih, keterangan tentang tanggal kadaluarsa, keterangan tentang nama dan alamat, keterangan tentang kandungan gizi, keterangan tentang kode produksi pangan, nomor pendaftaran pangan, klaim halal, *barcode*. Begitu besar peranan kemasan dalam mempengaruhi konsumen (penjualan produk) maka diperlukan pengetahuan dasar-dasar kemasan standar oleh pengusaha, selanjutnya Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) diharapkan dapat merancang dan membuat kemasan yang standar sehingga penampilan produk mereka dapat semakin menarik, lebih higienis dan sehat untuk menunjang pemasaran dan meningkatkan keuntungan. Kemasan yang dapat dibuat secara mandiri oleh UMKM yaitu dengan cara membuat kemasan baru (kemasan spesifik) yang belum ada di pasaran atau dengan cara merakitnya yaitu menggabungkan wadah kemasan, logo, label dll yang dijual dipasaran sehingga kemasan yang dihasilkan menarik konsumen. Sumardani N. L G. (2020), usaha keripik keladi produksi masyarakat di Desa Biaung, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan yang sudah melakukan perbaikan kemasan dengan kemasan khusus mengakibatkan usaha tersebut berkembang lebih baik dari sebelumnya. Selanjutnya Nuryanti dan Rahman (2008) mengemukakan bahwa bentuk, bahan, warna, gambar, dan label kemasan Teh Kotak Ultrajaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu tujuan kegiatan ini :

- 1) Bagaimana meningkatkan pengetahuan kemasan produk, dan
- 2) Bagaimana meningkatkan keterampilan merakit/membuat kemasan produk UMKM di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung Jawa Barat yang mengemas produknya masih sangat sederhana.

METODE

Kegiatan ini menggunakan metoda ceramah, diskusi dan praktek. Ceramah meliputi teori-teori yang berkaitan dengan upaya memperbaiki kemasan produk seperti pentingnya kemasan produk, bentuk kemasan, syarat kemasan produk, bahan kemasan, kemasan yang menarik, label, informasi produk dan upaya meningkatkan penjualan. Kegiatan dilanjutkan dengan diskusi antara peserta dan penyuluh, metoda ceramah dan diskusi ini menjalin komunikasi dua arah sehingga terungkap fakta apa yang mereka butuhkan dan apa solusi yang harus diterapkan. Tim dosen terutama memandu/ pelatih dalam kegiatan ini. Peran serta peserta dalam kegiatan ini yaitu terlibat langsung baik sebagai pemerhati, peserta diskusi dan melaksanakan praktek. Peserta juga sebagai narasumber permasalahan yang mereka hadapi terutama yang berkaitan dengan memperbaiki kemasan produk. Permasalahan mereka yang hadapi berkaitan

dengan memperbaiki kemasan produk selanjutnya didiskusikan dan dicarikan solusi terbaiknya. Informasi peserta, pemateri dan materi yang diajarkan disajikan di Tabel 1.

Tabel 1. Materi, Pemateri dan Peserta Pelatihan.

No.	Item	Keterangan
1	Materi yang diajarkan	upaya meningkatkan penjualan, pentingnya kemasan produk, bentuk kemasan, syarat kemasan produk, bahan kemasan, kemasan yang menarik, label dan informasi produk.
2	Pemateri	Narasumber terdiri dari 3 dosen (yang ahli di bidang pemasaran, ekonomi (produksi, UMKM) dan ilmu penyuluhan) dan satu praktisi pembuat kemasan produk. Narasumber dosen berasal dari departemen Agribisnis fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. Praktisi adalah pengusaha kemasan makanan.
3	Peserta	Pengusaha UMKM (pembuat jajanan pasar, pembuat makanan ringan, pembuat kue, pembuat aneka gorengan dan pembuat olahan lainnya). Pengusaha tersebut mengemas produknya relative masih sangat sederhana.

Adapun langkah kegiatan PKM sebagai berikut :

1) Tahap persiapan :

- Mempersiapkan bahan/materi yang akan dilatihkan yaitu bahan-bahan praktek dan bahan teori. Bahan praktek seperti kemasan plastic, kemasan dari dus, stiker, praktek dan bahan yang akan disuluhkan. Bahan teori meliputi teori tentang kemasan, fungsi dan manfaat kemasan, syarat kemasan, dll.
- Mencari kelompok sasaran yaitu mencari dan mengundang pengolah makanan,
- Menentukan jadwal kegiatan yaitu satu minggu sekali sesuai dengan kesediaan peserta.



Gambar 1. Acara persiapan PKM di depan bale desa Mekarmanik.

2) Pelaksanaan :

- Melaksanakan tes awal yaitu berupa tes awal pengetahuan dan keterampilan mereka dengan cara mengisi angket/kuisoner,
- Melaksanakan penyuluhan yaitu memberikan ceramah teoritis dan mempraktekan cara merakit/membuat kemasan,
- Melaksanakan kegiatan pelatihan yaitu praktek pembuatan/ perakitan kemasan produk. Pembuatan kemasan yang dapat dibuat secara mandiri oleh UMKM yaitu bentuk kemasan yang spesifik yang tidak diperjual belikan di pasaran, dengan cara memanfaatkan bahan yang ada di sekitar UMKM, kemasan disesuaikan dengan kebutuhan produk yang dikemas, kemasan mudah dibuat oleh UMKM, biaya kemasan yang murah, menarik, dll seperti contoh di Gambar 6. Kemasan yang dirakit yaitu wadah kemasan jadi (buatan pabrik seperti kotak plastik, plastik menyerupai tabung, dll yang banyak dijual di pasaran), selanjutnya di tambah logo, informasi produk, dll yang dapat dibeli di pasaran, seperti contoh pada Gambar 7.
- Melaksanakan test ahir yaitu melakukan tes terhadap peserta, penyuluh dan kegiatan yang dilaksanakan.

3) Evaluasi

- Evaluasi terhadap materi yaitu dilihat dari pendapat peserta akan dibutuhkannya materi yang diajarkan,
- Evaluasi terhadap peserta yaitu dengan melihat antusiasme peserta dalam diskusi dan kehadiran,

- Evaluasi terhadap penyuluh yaitu dilihat dari pelaksanaan kegiatan oleh penyuluh dari segi kehadiran penyuluh, menarik atau tidaknya penyampaian materi oleh penyuluh, trampil atau tidaknya penyuluh dalam mengajarkan praktek dan penyampaian teori.

4) Pelaporan

- Menganalisis hasil evaluasi yaitu menganalisis data hasil evaluasi terhadap peserta, program dan penyuluh,
- Penulisan laporan kegiatan berupa interpretasi data dan penulisan laporan.

Kelompok sasaran (peserta penyuluhan) ini adalah pengusaha kecil terutama yang mengusahakan makanan dan melakukan pengemasan yang berada di desa Mekarmanik dan sekitarnya di kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung. Peserta penyuluhan sebanyak 20 orang. Peserta yang mengikuti penyuluhan diharapkan dapat menyebarkan informasi ke rekan sekitarnya dimana ia berada. Penyuluhan dilaksanakan pada 24 Juni sampai 24 Juli 2024 di bale desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung dengan durasi satu kali per minggu. Di awal kegiatan, selama kegiatan dan diakhir kegiatan dilakukan *monitoring* dan evaluasi. Evaluasi di awal kegiatan diantaranya dilakukan *pretest*, selama kegiatan dilakukan *monitoring* pelaksanaan, evaluasi di akhir kegiatan diantaranya dilaksanakan *posttest*. Objek yang dievaluasi meliputi evaluasi terhadap peserta, program kegiatan, pelaksana kegiatan dan pelaksana/ penyuluh. Evaluasi terhadap peserta meliputi evaluasi terhadap pengetahuan mengenai kemasan produk dan evaluasi terhadap keterampilan dalam merakit atau membuat kemasan produk. Evaluasi program bertujuan untuk melihat apakah program yang dijalankan sesuai dengan kebutuhan peserta. Evaluasi juga dilakukan terhadap pelaksanaan dan pelaksana/ penyuluh dalam kegiatan ini, hal tersebut dimaksudkan apakah pelaksana/ penyuluh melaksanakan kegiatan sesuai dengan ketentuan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009), usaha UMKM memerlukan perbaikan salah satunya kemasan produk. Produk merupakan gabungan antara isi dan kemasan. Pengemasan (*packaging*) secara sederhana dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik dan menguntungkan. Menurut (Kotler *et al.*, 2006), pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Oleh karena itu kegiatan PKM ini berupaya meningkatkan kualitas kemasan produk UMKM di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan. Upaya memperbaiki kemasan produk UMKM di bidang makanan maka dilakukan kegiatan ini berupa penyuluhan dan praktek. Penyuluhan tentang pentingnya kemasan dapat dilihat di Gambar 2. Tujuan penyuluhan untuk mendorong pemahaman mereka agar mau memperbaiki kemasan produk yang pada akhirnya meningkatkan hasil penjualan.



Gambar 2. Penyuluhan tentang kemasan produk.

Pelatihan memperbaiki kemasan dilaksanakan dengan cara melatih mereka dalam membuat atau merakit kemasan produk, praktek membuat kemasan yang diajarkan untuk olahan makanan dari beras dengan menggunakan bahan daun pisang, selanjutnya dibungkus menggunakan plastik, setelah itu diberi label/identitas seperti contoh di Gambar 4

dan Gambar 6. Kegiatan merakit kemasan yaitu dengan merakit wadah plastik yang banyak dijual di pasaran, selanjutnya dikasih logo yang juga banyak dijual di pasaran, dan terakhir dikasih identitas produsen, seperti contoh di Gambar 5 dan Gambar 7, sehingga kemasan tersebut menarik. Membuat atau merakit kemasan tidak asing bagi mereka namun memerlukan pembinaan lebih lanjut sehingga terarah. Kegiatan praktek pembuatan kemasan seperti pada Gambar 3 di bawah ini, sedangkan hasil dari praktek seperti di contoh Gambar 4 dan Gambar 6 (kemasan dibuat sendiri), serta Gambar 5 dan Gambar 7 (kemasan yang dirakit).



Gambar 3. Praktek pembuatan berbagai macam kemasan produk.

Menurut Direktorat Jenderal Pengolahan dan Pemasaran Hasil Pertanian Kementerian Pertanian Republik Indonesia (2012), fungsi kemasan adalah :

- 1) Melindungi dan mengawetkan produk, seperti melindungi dari sinar *ultraviolet*, panas, kelembaban udara, benturan serta kontaminasi kotoran dan mikroba yang dapat merusak dan menurunkan mutu produk,
- 2) Sebagai identitas produk, dalam hal ini kemasan dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui merek yang tertera pada kemasan,
- 3) Meningkatkan efisiensi, seperti memudahkan proses penghitungan, pengiriman dan penyimpanan produk.

Kemasan yang diperlukan oleh usaha kecil di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan terutama kemasan untuk makanan ringan, oleh karena itu diperlukan rancangan kemasan yang cocok. Rancangan kemasan ditentukan oleh karakteristik produk, proses produksi, jalur distribusi, segmen pasar, produk pesaing, sasaran pasar dan promosi. Kemasan juga sebagai media penandaan barang, warna kemasan mencerminkan isi, ramah lingkungan dan dapat didaur ulang. Agar tampil menarik kemasan perlu didesain sehingga sesuai dengan produk yang dikemas, sesuai dengan tingkat pemasaran yang dituju, *up to date*, menarik dan dapat diterima, *display* mudah, komunikatif dan berbeda dari produk pesaing.

Jenis kemasan yang digunakan oleh para pembuat makanan di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan adalah kemasan primer, kemasan tersebut berhubungan langsung dengan produk olahan (jajanan pasar, olahan tepung, olahan beras, dll). Ada beberapa jenis kemasan yaitu: kemasan primer, kemasan sekunder dan kemasan tersier. Kemasan primer (*consumer pack*) adalah kemasan yang langsung berhubungan/bersentuhan dengan produk, biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran, sebagai contoh kemasan makanan ringan/*snack*, kemasan *sachet* sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instan, gelas plastik, dll. Contoh kemasan yang dilatihkan dengan menggunakan plastik yang banyak disekitar mereka seperti terlihat di Gambar 4.



Gambar 4. Bahan kemasan yang ada disekitar (contoh plastik).

Bahan kemasan yang digunakan para pengolah makanan di desa Mekarmanik biasanya dari bahan yang mudah di dapat seperti kertas/dus, plastik yang dibeli di pasar ataupun dari daun pisang yang (seperti pada gambar 6.). Secara umum bahan kemasan tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut: Beberapa bahan kemasan yang biasa digunakan yaitu bahan kemasan kaku/*rigid* yakni kemasan kayu, logam, metal, besi, kaca dan botol. Sedangkan bahan kemasan lentur/fleksibel biasanya terbuat plastik, kertas, multilayer, nilon/vacum, aluminium foil dan *metalized*. Penggunaan bahan-bahan kemasan ini disesuaikan dengan karakteristik produk. Untuk produk makanan ringan/*snack* yang sifatnya seperti keripik pisang, keripik singkong, keripik buah dan lain biasanya menggunakan bahan *aluminium foil* atau *metalized*. Perbaikan kemasan yang dilakukan oleh tim penyuluh yaitu dengan cara memanfaatkan bahan kemasan yang mudah di dapat seperti kemasan dari karton dan plastik, beberapa hal yang dapat dilakukan untuk menciptakan kemasan yang dapat memikat hati konsumen yaitu :

- 1) Unik dan kreatif, terlihat beda dengan kemasan produk yang lain walaupun produk sama,
- 2) Sesuaikan desain kemasan dengan produk, contohnya produk keripik pisang maka desain kemasan dan tampilannya berupa gambar buah pisang atau animasi buah dan kreativitas dalam desainnya,
- 3) Buat kemasan berbagai ukuran dan bentuk, tujuannya adalah agar konsumen mudah untuk membeli produk sesuai kebutuhan,
- 4) Buat kemasan yang dapat didaur ulang, tujuannya agar biaya tidak mahal, ramah lingkungan dan ikut berperan menjaga kelestarian lingkungan,

Menurut Fachrul M. (2021), kemasan produk menggunakan plastik pembungkus standar dapat menjaga kualitas produk dan ukuran kemasan rata-rata produk yang beratnya 450 gr sudah sesuai dengan selera konsumen, terpenuhinya selera konsumen tersebut berdampak pada pembelian ulang produk Cemilan Jagung dan Kacang-kacangan Industri Rumah Tangga Sima Indah, Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang. Gambar 5. Merupakan contoh kemasan plastik sederhana dan menarik yang dipraktikkan dalam kegiatan ini.



Gambar 5. Kemasan plastik yang dibuat sederhana dan menarik.

Selanjutnya setelah membuat/merakit kemasan diberi merek/*label*, didesain (seperti diberi logo) sesuai dengan produk yang dikemas. Desain kemasan meliputi desain bentuk dan desain grafis. Desain kemasan harus menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen, sehingga dalam desain kemasan perlu dicantumkan :

- 1) Nama produk,
- 2) Komposisi, dan
- 3) Isi/*netto*.

Label mempunyai beberapa fungsi yaitu mengidentifikasi merek atau produk dan bisa menggambarkan beberapa hal tentang produk seperti siapa yang membuatnya, dimana dibuat, kapan dibuat, dan label juga menjadi media promosi

melalui gambar-gambar yang menarik (Kotler *et al.*, 2010). Gambar 6. Contoh kemasan yang dilatihkan dengan menyantumkan label produsen yaitu "R&K (untuk lontong daging) dan hay`s (untuk lempeng ayam).



Gambar 6. Pemberian label produsen "R&K" dan label produsen "hay`s".

Pada kemasan juga perlu ada pemberian merek sebagai identitas, pembeda terhadap produk pesaing dan jaminan kualitas. Merek adalah nama istilah, tanda, symbol, rancangan atau kombinasi dari ketiganya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok untuk membedakan dari produk pesaing (Kotler, 2006). Gambar 7. Contoh kemasan yang dilatihkan yang menyantumkan merek "perfect bites" untuk *snack* baso goreng. Menurut (Djadi, R A., *et al.*, 2020), strategi produk Olahan Jagung dan Kacang Tanah yang dilakukan oleh *Home Industry* "UD. Jagung Komodo di kelurahan Sikumana Kecamatan Maulafa kota Kupang yaitu dengan cara pengemasan dengan ukuran 300 gr dan 500 gr, mencantumkan merek, alamat, komposisi dan tanggal kadaluarsa, hal tersebut berdampak pada lebih dikenalnya produk oleh Masyarakat sekitar.



Gambar 7. Pemberian merek "Perfect Bites".

Selama melaksanakan kegiatan dilakukan evaluasi yang dilaksanakan diawal dan di akhir kegiatan, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kondisi awal dan melihat dampak dari kegiatan ini. Evaluasi dilakukan terhadap peserta, penyuluh dan materi. Dari evaluasi ini akan terukur dampak penyuluhan terhadap peserta dilihat dari perubahan pengetahuan, keterampilan dan kecocokan materi. Hasil kegiatan pelatihan bagi peserta terlihat dari kondisi awal (*base line*) dan kondisi akhir (pencapaian). Kondisi awal pengetahuan dan keterampilan peserta maka diukur dengan melakukan uji *pretest* yang berupa pengisian angket oleh peserta. Isi angket tersebut meliputi teori-teori yang berkaitan dengan kemasan dan informasi kemasan yang memenuhi standar. Sebelum penyuluhan, peserta mengetahui cara-cara mengemas produk tetapi pemahamannya masih perlu ditingkatkan.

Untuk melihat dampak dari kegiatan ini maka diukur dengan tes akhir kegiatan yang berupa pengisian angket yang isi substansi pertanyaan relative sama, namun menggunakan kalimat berbeda. Dari hasil tes awal dan tes akhir tersebut maka dapat diketahui hasil/dampak dari kegiatan pelatihan ini yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta terutama memperbaiki kemasan produk makanan yang selama ini dijalankan. Berdasarkan hasil

pretest dan *posttest* dimana nilai masing-masing sebesar 60% (*pretest*) dan 97% (*posttest*) mengindikasikan adanya peningkatan pengetahuan peserta akan: pentingnya kemasan, manfaat kemasan, syarat yang harus dipenuhi untuk sebuah kemasan, informasi yang diperlukan dalam kemasan. Peningkatan pengetahuan tersebut diperlukan mengingat perlunya pemahaman oleh peserta sehingga mereka terdorong untuk melakukan pengemasan dengan baik untuk meningkatkan penjualan. Menurut Rangkuti (2010), Keputusan yang penting dalam pengembangan dan pemasaran barang dan individu adalah atribut produk, pemberian merek, pengemasan, pemberian label, dan layanan pendukung produk. Evaluasi terhadap keterampilan perbaikan kemasan dilakukan dalam upaya untuk melihat perubahan keterampilan peserta dalam memperbaiki kemasan. Adanya pelatihan keterampilan pembuatan kemasan peserta berubah dari kurang terampil menjadi lebih terampil (Tabel 2.), hal ini mengindikasikan terdapat peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan kemasan mendapat respon dari peserta. Menurut (Marlinda *et al.*, 2021). Pelatihan dapat meningkatkan keterampilan dengan rata-rata 50,67 dalam pembuatan kemasan produk olahan pangan. Para peserta juga dapat meningkatkan kualitas kemasan produk olahan pangan di Way Kanan Lampung.

Tabel II. Hasil Kegiatan PKM.

No	Indikator	Base line (sebelum kegiatan)	Pencapaian (setelah kegiatan)
1.	Peningkatan pengetahuan pengembangan produk	Rendahnya pengetahuan pentingnya kemasan produk, label dan merek	Adanya peningkatan pengetahuan kemasan produk, dari nilai tes 60% menjadi 97%
2.	Peningkatan keterampilan pembuatan atau perakitan kemasan produk	Rendahnya keterampilan membuat/ merakit kemasan produk	Adanya peningkatan keterampilan membuat/ merakit kemasan produk dari kurang trampil menjadi lebih terampil

Sumber: Analisis Data Primer.

Evaluasi terhadap materi penyuluhan dimaksudkan untuk melihat apakah pelatihan ini memiliki nilai guna bagi mereka. Penilaian terhadap materi penyuluhan didasarkan kepada angket yang diberikan ke peserta, dari hasil pengisian angket oleh peserta menunjukkan 96 % peserta menyatakan perlunya kegiatan ini, hal ini menunjukkan adanya kesesuaian materi yang diberikan dengan yang mereka butuhkan. Dilihat dari kehadiran peserta rata-rata 97% hadir di pertemuan. Dilihat dari aktivitas peserta dalam diskusi, peserta aktif di forum diskusi. Indikator-indikator tersebut menggambarkan bahwa materi yang diberikan sesuai dengan kebutuhan peserta. Evaluasi terhadap penyuluh dimaksudkan untuk melihat apakah penyuluh memiliki kapabilitas dan serius dalam menjalankan kegiatan ini. Beberapa indikator penilaian kepada penyuluh menunjukkan: penyuluh hadir di setiap jadwal kegiatan secara tepat waktu, penyampaian materi oleh penyuluh dapat diterima oleh peserta, terjadinya perubahan pengetahuan dan keterampilan peserta. Hal tersebut menunjukkan penyuluh telah bekerja secara optimal, hal tersebut terlihat dari indikator-indikator yang mengindikasikan penyuluh telah berusaha melaksanakan kegiatan ini secara optimal.

Luaran dari kegiatan ini adalah peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam memperbaiki kemasan produk UMKM yang ada di desa Mekarmanik kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung Jawa Barat. Kegiatan tersebut menghadapi faktor pendorong dan penghambat yang dapat mempengaruhi keberhasilan kegiatan ini, oleh karena itu perlu diungkapkan apa yang menjadi faktor pendorong dan menghambat kegiatan ini sehingga hasil yang dicapai seperti di uraikan di atas. Faktor pendorong kegiatan penyuluhan ini meliputi :

- 1) Bahan kemasan dasar atau kemasan yang sudah jadi mudah di dapat,
- 2) Minat peserta yang cukup tinggi terlihat dari kehadiran dan keaktifan dalam diskusi,
- 3) Peserta telah mengenal atau melakukan pengemasan sederhana, sehingga mudah menyerap keterampilan yang diajarkan.

Faktor penghambat kegiatan ini :

- 1) Kemasan yang bagus memerlukan biaya yang cukup tinggi,
- 2) Pemahaman peserta akan kemasan yang bukan prioritas,
- 3) Waktu peserta yang kompetisi dengan waktu menjalankan usahanya.

KESIMPULAN

Hasil kegiatan menunjukkan pengetahuan peserta tentang kemasan produk (yang meliputi pentingnya kemasan produk, bentuk kemasan, syarat kemasan produk, bahan kemasan, kemasan yang menarik, label, informasi produk dan upaya meningkatkan penjualan) meningkat dari yang nilainya 60% (*pretest*) menjadi 97% (*posttest*), keterampilan peserta dalam pembuatan/perakitan kemasan meningkat dari yang kurang trampil menjadi lebih trampil. Perlunya pelatihan serupa yaitu pelatihan pembuatan/ perakitan kemasan yang lebih bervariasi.

REFERENSI

- Djadj Ruth Apningsi, Charles Kapioru, dan Ernantje Hendrik. (2020). Keragaan Pendapatan dan Strategi Pemasaran Produk Olahan Jagung dan Kacang Tanah pada Home Industry "UD. Jagung Komodo" di Kelurahan Sikumana Kecamatan Maulafa kota Kupang. *Buletin Ilmiah Impas*, **21**(3): 219-221.
- Fahrul Muchtar, Charles Kapioru, Lika Bernadina. (2021). Strategi Bauran Pemasaran dalam Meningkatkan Volume Penjualan Aneka Produk Cemilan Jagung dan Kacang-kacangan (Studi Pada Industri Rumah Tangga Sima Indah, Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang). *Buletin Ilmiah IMPAS*, **22**(1): 58-63. <https://doi.org/10.35508/impas.v22i1.4216>
- Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah. (2009). Pedoman Standar Kelayakan Kemasan Produk KUKM, Jakarta: Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah.
- Kotler, Philip & K.L.Keller. (2006). *Marketing Management*, 12th Edition, International Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip., and Gary Armstrong. (2010). *Principle of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Marlinda Apriyani, Fadila Marga Saty, Rini Desfaryani, Fitriani, Teguh Budi Trisnanto, Sutarni, Dayang Berliana, Annisa Fitri. (2021). Pelatihan Pengemasan Produk Olahan Pangan pada SMKN 1 Negeri Besar Way Kanan. *Jurnal Pengabdian Nasional*, **2** (2): 94-100.
- Nuryanti, B Lena., Dan Anisa Yunia Rahman. (2008). Pengaruh Variasi dan Kemasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Teh Kotak Ultra Jaya. *Jurnal Strategic*, **7**(14): 31-82. <https://doi.org/10.17509/strategic.v8i2.1022>
- Rangkuti, Freddy. (2010). *Strategi Promosi yang Kreatif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, B. (2007). *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia.
- Sumardani1, N. L G. (2020). Strategi Pemasaran Keripik Keladi Produksi Masyarakat di Desa Biaung Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. *Buletin Udayana Mengabdikan* **19**(4): 410-414. <https://doi.org/10.62180/rbqmx015>
- Widiati, Ari. (2019). Peranan Kemasan (Packaging) dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di "Mas pack" Terminal Kemasan Pontianak. *Jurnal Audit dan Akutansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura*. **8**(2): 67-76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>