

PENINGKATAN NILAI JUAL PRODUK OLAHAN LOKAL UMKM MELALUI INOVASI KEMASAN DAN BRANDING DI DESA TULUNGAGUNG-MALO KABUPATEN BOJONEGORO

**Reza Anggapratama¹⁾, Roghib Afnani²⁾, Sahra Dwi Irma Rosida³⁾,
Siti Nur Rohmah⁴⁾, Ricki Yoga Saputra⁵⁾, Nur Rahma Anggun Hidayati⁶⁾,
Muhammad Al Gufron⁷⁾, Esti Nur Fadila⁸⁾**

^{1,3,4,5,6)}Fakultas Ekonomi Universitas Bojonegoro,

^{2,7)}Fakultas Teknik Universitas Bojonegoro,

reza@unigoro.ac.id

Abstract

Mrs Mudzakir's cassava chips MSME needs help in overcoming many problems, including the low use of advanced innovation. The aim of community service requires further information regarding packaging and branding innovations in introducing goods to buyers. MSME player in cassava chips, Mrs Mudzakir, is still focused on sales but must innovate packaging and branding well. Community service methods include preparation, implementation and evaluation stages. The results of community service are helping to provide solutions in community service activities, which include socialization and training on packaging innovation strategies and branding of Ibu Mudzakir's cassava chips MSME products to support business stability and expand market reach. MSME player of cassava chips, Mrs Mudzakir, showed that she was happy with the material presented. They pay attention to the importance of packaging and branding innovation as a guide to their products and preparation for branding with Canva. By practising directly and expanding skills in packaging innovation and attractive branding according to the wishes of consumers to be loyal to the products made.

Keywords: packaging, branding, bojonegoro.

Abstrak

UMKM keripik singkong ibu Mudzakir membutuhkan bantuan dalam mengatasi banyak masalah, termasuk rendahnya pemanfaatan inovasi maju. Tujuan pengabdian masyarakat perlu adanya informasi lebih lanjut mengenai inovasi kemasan dan branding dalam memperkenalkan barang kepada pembeli. Pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir masih fokus pada penjualan namun harus melakukan inovasi kemasan dan branding dengan baik. Metode pengabdian masyarakat meliputi persiapan, tahap pelaksanaan dan evaluasi. Hasil pengabdian masyarakat yakni membantu memberikan solusi kegiatan pengabdian masyarakat yang meliputi sosialisasi dan pelatihan strategi inovasi kemasan dan branding produk UMKM keripik singkong ibu Mudzakir untuk menunjang stabilitas usaha dan memperluas jangkauan pasar. Pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir menunjukkan senang dengan materi yang dipaparkan. Mereka memperluas perhatian akan pentingnya inovasi kemasan dan branding sebagai pedoman pada produk yang dibuat dan persiapan pembuatan branding dengan Canva. Dengan berlatih secara langsung dan memperluas kemampuan dalam inovasi kemasan dan branding yang menarik sesuai keinginan agar konsumen loyal terhadap produk yang dibuat.

Keywords: kemasan, branding, bojonegoro.

PENDAHULUAN

Ketika pandemi Covid-19, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan besar dalam krisis ekonomi berkepanjangan di Indonesia (Anggapratama et al., 2024). UMKM mempunyai peran penting dalam menggerakkan perekonomian negara. Pemerintah telah bekerja keras untuk membantu UMKM. UMKM mempunyai banyak manfaat, namun mereka juga menghadapi kesulitan dalam mengelola usaha kecil-kecilan. Mayoritas UMKM dimulai dari usaha rumahan sederhana yang kemudian berkembang secara mandiri maupun berkelompok. UMKM dimulai dari kegiatan ekonomi masyarakat berskala kecil mendorong pertumbuhan ekonomi melalui inovasi dan kreativitas (Anggapratama et al., 2023). Apalagi diselenggarakan agar UMKM diyakini dapat menjadi andalan perekonomian negara (Hardilawati, 2020).

UMKM merupakan hal yang penting dan vital dalam mengembangkan perekonomian Indonesia (Jannatin et al., 2020). Kontribusinya signifikan terhadap PDB (61,1%), lapangan kerja (97,1%), dan pengangkutan (14,4%). Hal ini merupakan upaya Bank Sentral Indonesia untuk memberikan kontribusi semaksimal mungkin dalam memperluas peran UMKM dalam perekonomian (Syahriani et al., 2023). Jadi, pengembangan UMKM yang dilakukan Bank Indonesia sejalan dengan bidang tugas Bank Indonesia dan sesuai dengan visi dan misi Bank Indonesia (Anggapratama & Irnawati, 2023).

Kehadiran UMKM telah dirasakan oleh masyarakat dan individu yang tergabung dalam UMKM. Oleh karena itu, untuk membantu kemajuan UMKM maka kemampuan yang ada di

dalam UMKM itu sendiri harus diperluas (Machfuzhoh et al., 2020). Asosiasi semua investor di domain publik harus dipandang mempunyai pilihan untuk membantu. Cara pandangnya yaitu inovasi kemasan dan *branding* seringkali perlu dipahami oleh UMKM (Prasetya et al., 2020). Pelanggan yang loyal akan termotivasi oleh inovasi kemasan dan *branding* yang baik. Organisasi dengan kerangka kesepakatan online memerlukan inovasi kemasan dan *branding* dengan dukungan pemasaran tingkat lanjut (Arifudin, 2020). Inovasi kemasan yakni fundamental dalam UMKM memasarkan produknya (Yusnawati et al., 2024).

Salah satunya adalah UMKM keripik singkong milik ibu Mudzakir. Singkong yakni salah satu jenis tanaman umbi-umbian mampu ditanam berbagai jenis tanah (Kholis et al., 2023). Indonesia merupakan penghasil singkong terbesar didunia. Singkong banyak di tanam di ladang masyarakat desa Tulungagung, sehingga menginspirasi bagi orang mengolah singkong menjadi produk bernilai jual. Pelaku UMKM mengangkat singkong menjadi salah satu produk menjadi kesukaan masyarakat (Puspita et al., 2020).

Desa Tulungagung yang berada di Kecamatan Malo Kabupaten Bojonegoro adalah komunitas yang kaya akan potensi lokal, dengan mayoritas mata pencaharian penduduk sektor pertanian dan UMKM salah satunya industri keripik singkong milik ibu Mudzakir. Namun, perkembangan ekonomi masih terkendala oleh kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran modern (Nugrahaningsih et al., 2021). UMKM keripik singkong milik ibu Mudzakir juga belum memiliki logo dan brand sehingga mempengaruhi penjualan dan

pemasaran, untuk meningkatkan penjualan harus dilakukan inovasi. Keripik singkong milik ibu Mudzakir hanya memiliki satu produk dimana produk tersebut masih pasaran dan banyak penjual/pesaingnya. Sehingga dapat melakukan inovasi dalam kemasan dan *branding* merek agar lebih menarik perhatian konsumen.

Dengan segala kekurangan yang dimiliki oleh UMKM keripik singkong ibu Mudzakir, maka sebagai akademisi kita terpenggil untuk memimpin penyiapan pengabdian masyarakat UMKM keripik singkong ibu Mudzakir. Selaku akademisi setempat untuk membantu pemberian pengaturan dengan mengambil pokok bahasan. Pengembangan lebih lanjut inovasi kemasan dan *branding* merek dalam membuat pelanggan koneksi ke item UMKM untuk kemajuan bisnis (Ariyani et al., 2022).

Melihat kondisi tersebut maka permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM keripik singkong milik ibu Mudzakir dapat dibedakan, yaitu kurangnya pemahaman mengenai inovasi kemasan dan pembuatan *branding* merek. Kemasan dan *branding* merek sebagai salah satu komponen sistem promosi penjualan. Operasi bisnis pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir terhambat karena permasalahan ini.

METODE

Metode pengabdian masyarakat akan menggunakan metode persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi. Metode dipilih untuk menyampaikan inovasi kemasan dan konsep *branding*, dengan harapan UMKM peserta pelatihan dapat memahami dan menerapkan metode tersebut. Sebelum tim pengabdian menyampaikan materi tentang inovasi kemasan dan *branding*, peserta

pelatihan UMKM terlebih dahulu dikenalkan dengan inovasi kemasan dan aplikasi pembuatan *branding*. Setelah itu, dilakukan pengabdian masyarakat inovasi kemasan dan *branding* melalui tahapan:

1. Tahap Persiapan

Tahap pembentukan tim yang terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat UMKM keripik singkong ibu Mudzakir di Desa Tulungagung-Malo Bojonegoro. Rombongan terdiri dari dosen dan 6 orang mahasiswa Universitas Bojonegoro. Selain itu, pada tahap persiapan, kami sedang menjajaki kebutuhan UMKM keripik singkong Mudzakir di Desa Tulungagung-Malo Bojonegoro.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan pengabdian masyarakat terdiri:

- a. Pembelian kemasan untuk inovasi kemasan
- b. Pembuatan materi inovasi kemasan dan *branding*
- c. Pemberian materi dan praktik pembuatan logo

3. Tahap evaluasi

Kegiatan evaluasi dilakukan sebagai kelanjutan dari seluruh tahapan pengabdian kepada masyarakat. Penilaian pelatihan dilakukan untuk mengetahui reaksi dari pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir. Mengenai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat secara keseluruhan, diskusi diharapkan mendapat umpan balik secara langsung mengenai hasil yang dapat dicapai ketika peserta menyelesaikan permasalahan. Hasil *branding* yang dibuat menggunakan aplikasi Canva digunakan dalam evaluasi ini. Hasil inovasi kemasan memberikan kemasan yang mempunyai daya jual lebih dimata pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertemuan sosialisasi dan latihan sosialisasi dilakukan dengan teknik ceramah dari pengajar Universitas Bojonegoro, inovasi kemasan dan *branding* hingga peningkatan harga jual produk UMKM. Pemateri menyampaikan bahwa inovasi kemasan dan *branding* dilakukan menghasilkan citra sesuai kebutuhan pemilik barang. Tips diberikan untuk memperluas kepercayaan pembeli, yang penting agar kemasan dan *branding* dapat diterima secara lokal. Inovasi kemasan dan *branding* akan berdampak signifikan terhadap pembeli baru.

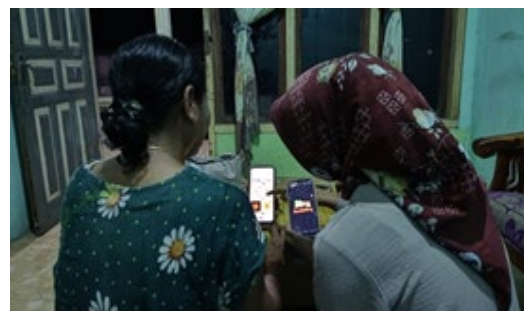


Gambar 1. Materi Inovasi Kemasan dan Branding

Pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir yang masih membutuhkan aplikasi Canva diajarkan cara membuat *branding*. Persiapan yang matang dilakukan langsung oleh pemateri Universitas Bojonegoro dan diikuti oleh mahasiswa dari kelompok pendampingan agar mampu lebih cepat memberikan wawasan dan menguasai materi dengan baik. Pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir lebih fokus pada praktik langsung cara menandai barang tercanggih melalui Canva agar barang yang dibuatnya layak untuk dipromosikan.

Pada sesi ini juga, pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir

diberikan contoh kemasan yang memiliki nilai jual lebih dimata pelanggan. Persiapan ini memberikan inovasi kemasan dalam mempromosikan produknya. Sehingga tercipta semangat dan inspirasi bagi para pelaku UMKM untuk melompat maju dalam mendukung usaha yang digelutinya. Serta membantu kebebasan berwirausaha di era modern ini guna meningkatkan kualitas UMKM sebagai penolong perekonomian.



Gambar 2. Praktek Pembuatan *Branding*

Kegiatan evaluasi dilakukan sebagai kelanjutan dari seluruh tahapan pengabdian kepada masyarakat. Penilaian pelatihan dilakukan untuk mengetahui kritik dan reaksi dari anggota. Mengenai pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat secara keseluruhan, diskusi diharapkan mendapat umpan balik secara langsung mengenai hasil yang dapat dicapai ketika peserta menyelesaikan permasalahan. Hasil inovasi kemasan yang diberikan oleh team pengabdian masyarakat. Hasil *branding* yang dibuat menggunakan aplikasi Canva digunakan dalam evaluasi ini.



Gambar 3. Hasil Evaluasi

SIMPULAN

Berdasarkan temuan, kegiatan terkait inovasi kemasan dan *branding* membantu pelaku usaha mendongkrak eksistensi UMKM keripik singkong ibu Mudzakir. Pada awalnya mereka perlu belajar tentang inovasi kemasan dan *branding* yang penting dalam mengenalkan dan mengenalkan suatu barang kepada masyarakat umum dan calon pembeli.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat membantu UMKM keripik singkong ibu Mudzakir dalam mengembangkan inovasi kemasan dan *branding* produk untuk meningkatkan kemasan yang menarik dan kesadaran merek masyarakat serta pengembangan dan promosi produk. Sehingga masyarakat secara umum dan calon pembeli lebih tertarik terhadap kemasan dan merek tersebut. Dibandingkan dengan pelaku usaha lain, inilah hasil produksi para pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami sampaikan terima kasih kepada Universitas Bojonegoro mendukung pengabdian masyarakat tahun 2024. Kami sampaikan juga terima kasih pelaku UMKM keripik singkong ibu Mudzakir atas kerjasamanya yang sangat baik sehingga pengabdian masyarakat ini dapat berjalan tanpa kendala.

DAFTAR PUSTAKA

Anggapratama, R., & Irnawati, D. (2023). Dampak Penggunaan Kredit Perbankan dan Pertumbuhan Industri Manufaktur terhadap

Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. 05(03), 9691–9701.

Anggapratama, R., Irnawati, D., Selviana, S., Fadila, E. N., & Niswah, S. (2024). Community Service in Strengthening the Branding of Gadung Chips MSME Actors in Dander Bojonegoro District Niswah. *Abdimas Umtas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 164–170.

Anggapratama, R., Kusumanjaya, B., & Safitri, R. (2023). PENINGKATAN POTENSI DESA BERBASIS INDEKS DESA MEMBANGUN DI DESA SIDOMUKTI MELALUI KKN-T KOLABORATIF UNIVERSITAS BOJONEGORO. *Wahatul Mujtama'*, 4(2), 118–128. <https://doi.org/10.36701/wahatul.v4i2.1072>.PENDAHULUAN

Arifudin, O. (2020). Pkm Making Packaging, Increasing Production and Expansion of Marketing of Keripik Singkong in Subang Jawa Barat. *INTEGRITAS : Jurnal Pengabdian*, 4(1), 21–36. <https://unars.ac.id/ojs/index.php/integritas/article/view/514>

Ariyani, D., Riono, S. B., & Sucipto, H. (2022). Pelatihan Branding Equity untuk Membangun Brand Image pada Pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam Meningkatkan Daya Jual. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106. <https://doi.org/10.55606/kreatif.v2i3.493>

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi Bertahan Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 10(1),

- 89–98.
<https://doi.org/10.47431/governabilitas.v2i2.117>
- Jannatin, R., Wahyu, M., Wardhana, Rudi, Haryanto, Agus, Pebri, & Yanto. (2020). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran UMKM. *Jurnal Impact : Implementation and Action*, 2(2), 1–12. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i2.386>
- Kholis, N., Annisa, N., Khotimah, K., Prameswari, D. A., Pangesti, I. T., & Rohmadi, M. (2023). Pemanfaatan Limbah Kulit Singkong untuk Meningkatkan UMKM di Desa Palingkau Jaya. *Madaniya*, 4(4), 2070–2075. <https://www.madaniya.pustaka.my.id/journals/contents/article/view/675>
- Machfuzhoh, A., . L.-, & Widyaningsih, I. U. (2020). Pelatihan Pembukuan Sederhana Bagi Umkm Menuju Umkm Naik Kelas Di Kecamatan Grogol. *Jurnal Pengabdian Dan Peningkatan Mutu Masyarakat (JANAYU)*, 1(2), 109–116. <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i2.12143>
- Nugrahaningsih, P., Hanggana, S., Murni, S., Hananto, S. T., Asrihapsari, A., Syafiqurrahman, M., Zoraifi, R., & Hantoro, S. (2021). PEMBERDAYAAN MASYARAKAT MELALUI PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PEMASARAN DIGITAL PADA BUMDes BLULUKAN GEMILANG. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 8. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i1.29574>
- Prasetya, A. J., Laksono, Y. T., & Hidayat, W. (2020). Pengabdian Kepada Masyarakat (Pkm) Pengembangan Marketing Website Dan Desain Kemasan Pada Ukm Bumi Cipta Sejahtera Surabaya. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(01), 92–98. <https://doi.org/10.30996/jpm17.v5i01.3254>
- Puspita, V. A., Veranita, M., & Gunardi, G. (2020). Perbaikan Tata Kelola Bisnis UMKM Kerupuk Kulit Singkong menuju Ketahanan Bumdes Jagabaya. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 29–37. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v4i1.2137>
- Syahriani, N., Siregar, A. J., & Nasution, W. (2023). Analisis Peran Bank Indonesia Dalam Pengembangan Umkm Di Kancan Internasional. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3(1), 13–19. <https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/JUMSI/article/view/3688/2866>
- Yusnawati, Muslimah, & Fahriana, N. (2024). INOVASI KEMASAN DAN VARIASI RASA KERUPUK IKAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA KECIL MENENGAH. *MARTABE*, 7(1), 222–228. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/martabe/article/view/13345>