

## **PEMBUATAN KEMASAN PRODUK DAN EDUKASI E-COMMERCE PADA UMKM JINTEN DAN SISTIK DI DESA GARAWANGI KABUPATEN MAJALENGKA**

**Nur Khoiriyah<sup>1)</sup>, Mahfuzhoh Fadillah Heryanda<sup>2)</sup>, Ulisy Syafaah<sup>3)</sup>, Inggit Tiana Putri<sup>4)</sup>, Aksari Nur Bintang<sup>5)</sup>, Amanda Nabila P.A.R<sup>6)</sup>, Devi<sup>7)</sup>, Kemas Ramadhani B<sup>8)</sup>, Ade Tristyawan R<sup>9)</sup>**

<sup>1,2)</sup>Prodi Gizi Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Cirebon,  
<sup>3,6,7,8)</sup>Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon,  
<sup>4,5)</sup>Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Cirebon,  
<sup>9)</sup>Prodi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Cirebon  
*nurkhoiriyah@umc.ac.id.*

### **Abstract**

The main problem for micro, small, and medium enterprises (MSME) of jinten and sistik products in Garawangi Village was the lack of knowledge about e-commerce. The product packaging was also unattractive, so this can reduce the quality of the product when marketed via e-commerce. The aim of this community service activity was to produce new product packaging and provide education about e-commerce to MSME of jinten and sistik products in Garawangi Village. This activity was carried out on 21-27 August 2022 and included the observation stage, making product packaging, and providing education about e-commerce. Observations were carried out by direct interviews. Product packaging was made using a graphic program on a computer and then printed on plastic packaging. Education about e-commerce was carried out to five MSME actors using flipbook media. The success of educational activities was assessed by providing pre-test and post-test questions. The results achieved were the creation of new packaging for jinten and sistik products. The new packaging was considered more attractive with the addition of colored images, logo and product name information, and ingredient composition. In addition, the level of knowledge of MSME actors increased after educational activities (increased score from 63.5 points to 85.0 points). Improvements to product packaging and education about e-commerce are considered effective in improving product quality and the level of knowledge of jinten and sistik MSME in Garawangi Village.

*Keywords: education, e-commerce, packaging, MSME.*

### **Abstrak**

Permasalahan utama pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) jinten dan sistik di Desa Garawangi adalah masih kurangnya pengetahuan tentang e-commerce. Kemasan produk yang dimiliki juga masih belum menarik, sehingga hal tersebut diduga dapat menurunkan kualitas produk apabila dipasarkan melalui e-commerce. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah melakukan pembuatan kemasan produk baru dan memberikan edukasi mengenai e-commerce pada pelaku UMKM di Desa Garawangi. Kegiatan ini dilakukan pada 21-27 Agustus 2022 meliputi tahap observasi, pembuatan kemasan produk, dan pemaparan materi edukasi tentang e-commerce. Tahap observasi dilakukan dengan wawancara langsung. Tahap pembuatan kemasan produk dilakukan dengan menggunakan program grafis di komputer dan selanjutnya dilakukan pencetakan pada plastik kemasan. Tahap edukasi tentang e-commerce dilakukan pada lima orang pelaku UMKM dengan menggunakan media flipbook. Keberhasilan kegiatan edukasi dinilai dengan memberikan pertanyaan pre-test dan post-test. Hasil kegiatan yang dicapai adalah terciptanya kemasan baru untuk produk jinten dan sistik. Kemasan baru tersebut dinilai lebih menarik dengan adanya penambahan gambar berwarna, informasi logo dan nama produk, serta keterangan komposisi bahan. Selain itu, tingkat pengetahuan pelaku UMKM meningkat setelah adanya kegiatan edukasi tentang e-commerce (skor meningkat dari 63.5 poin menjadi 85.0 poin).

Perbaikan kemasan produk dan edukasi tentang e-commerce dinilai efektif untuk meningkatkan kualitas produk dan tingkat pengetahuan pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi.

*Keywords: edukasi, e-commerce, kemasan, UMKM.*

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang cukup besar dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Peluang UMKM yang bersifat tidak terbatas menjadikan bidang apa saja dapat berpotensi untuk dijadikan peluang usaha (Simangunsong, 2022). Salah satu bentuk usaha dari pelaku UMKM yang banyak dilakukan adalah usaha di bidang produksi makanan. Produk makanan yang dihasilkan oleh pelaku UMKM harus memiliki kualitas yang baik, sehingga produk tersebut dapat bersaing dengan produk dari pelaku usaha lainnya. Salah satu aspek yang dapat meningkatkan kualitas dari produk makanan adalah kemasan yang digunakan (Yan, *et al.* 2022).

Kemasan memiliki fungsi utama sebagai pelindung makanan dari bahaya kerusakan dan meningkatkan masa simpan produk makanan. Kemasan juga memiliki fungsi lainnya yaitu sebagai media penyedia informasi dan promosi pemasaran produk (Yan, *et al.* 2022). Kemasan merupakan salah satu aspek penting yang dapat berpengaruh pada penjualan produk makanan (Apriyanti, 2018). Kemasan yang informatif dan menarik akan lebih meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk yang dijual.

Pada era digital sekarang, interaksi penjualan produk makanan tidak hanya dilakukan secara langsung melalui transaksi jual beli tatap muka. Namun, kegiatan jual beli produk makanan juga banyak dilakukan secara

*online* melalui media elektronik atau *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* merupakan media transaksi jual beli yang sudah dianggap penting karena menawarkan berbagai manfaat (Alwendi, 2020; Tokar, *et al.* 2021). Beberapa manfaatnya adalah konsumen tidak perlu datang langsung ke toko untuk memilih barang yang ingin dibeli dan pelaku usaha dapat menjalankan kegiatan transaksi selama seharin penuh (24 jam).

Produk makanan yang dijual pada *platform e-commerce* harus memiliki visualisasi tampilan gambar yang informatif dan menarik (Escursell, *et al.* 2021). Hal tersebut ditunjukkan agar konsumen tertarik untuk membeli dan melakukan proses transaksi pada produk yang mereka lihat. Kemasan memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik produk makanan yang dijual di *e-commerce*. Oleh karena itu, dengan meningkatkan kualitas kemasan pada produk makanan yang akan dipasarkan di *e-commerce*, maka potensi penjualan produk diduga dapat meningkat (Putri, *et al.* 2023).

Produk makanan lokal yang dihasilkan oleh pelaku UMKM juga memiliki kesempatan yang besar untuk dapat dijual di berbagai *platform e-commerce*. Namun, cara penggunaan dan pembuatan tempat usaha di *platform e-commerce* masih terbatas diketahui oleh para pelaku UMKM di daerah pedesaan, salah satunya adalah pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi. Berdasarkan hasil observasi awal, para pelaku usaha sudah mengetahui informasi dasar tentang *e-*

*commerce*, tetapi masih belum tahu cara penggunaan dan pendaftaran tempat usahanya. Selain itu, kemasan produk yang dimiliki oleh pelaku UMKM jinten dan sistik tersebut juga masih belum menarik, sehingga hal tersebut diduga dapat menurunkan penilaian kualitas produk oleh konsumen apabila dipasarkan di *platform e-commerce*. Oleh karena itu, pembuatan kemasan produk yang lebih menarik dan adanya edukasi mengenai *e-commerce* dinilai perlu dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

## METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada pelaku UMKM Jinten dan Sistik di Desa Garawangi, Kecamatan Sumberjaya, Kabupaten Majalengka, Provinsi Jawa Barat. Kegiatan dilakukan selama satu minggu yaitu pada tanggal 21-27 Agustus 2022 meliputi tahap observasi, pembuatan kemasan produk, dan pemaparan materi edukasi tentang *e-commerce*.

Tahap observasi dilakukan dengan tujuan untuk memetakan pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi. Observasi dilakukan dengan bertanya kepada masyarakat dan pemuka desa mengenai aktifitas kegiatan pelaku UMKM Jinten dan Sistik. Observasi juga bertujuan untuk meminta persetujuan dan informasi dasar mengenai kegiatan usaha yang sudah dilakukan oleh para pelaku UMKM Jinten dan Sistik.

Tahap pembuatan kemasan produk dilakukan oleh tim dengan mempertimbangkan informasi dan masukan bersama dengan pelaku usaha. Kemasan produk dibuat dengan menggunakan program grafis di komputer dan selanjutnya dilakukan pencetakan pada plastik kemasan

produk.

Tahap edukasi tentang *e-commerce* dilakukan secara tatap muka pada lima orang pelaku UMKM. Kegiatan edukasi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi dengan media alat bantu *flipbook* yang sudah dibuat. Keberhasilan kegiatan edukasi dinilai dengan memberikan pertanyaan sebelum kegiatan edukasi (*pre-test*) dan pertanyaan setelah kegiatan edukasi (*post-test*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil kemasan produk

Pembuatan kemasan produk dilakukan untuk meningkatkan kualitas tampilan kemasan produk jinten dan sistik pada pelaku UMKM di Desa Garawangi. Hal ini dilakukan karena berdasarkan hasil observasi, kemasan awal produk hanya berupa plastik polos bening, sehingga tim menyadari perlu adanya peningkatan kualitas tampilan kemasan produk agar menjadi lebih baik dan menarik konsumen. Perbedaan kemasan produk sebelum dan setelah kegiatan ini disajikan pada Gambar 1.



(a)

(b)

**Gambar 1** Kemasan produk sebelum kegiatan (a) dan sesudah kegiatan (b)

Hasil menunjukkan bahwa dengan adanya pengembangan kemasan baru, kemasan produk jinten dan sistik menjadi lebih menarik yang dibuktikan dengan adanya penambahan gambar berwarna, informasi logo dan nama produk, serta keterangan komposisi bahan. Kemasan produk yang telah dibuat tersebut diduga dapat lebih meningkatkan informasi produk kepada calon konsumen. Selain itu, tampilan kemasan juga dinilai lebih menarik apabila produk akan dipasarkan melalui *e-commerce* yang selanjutnya dapat berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku usaha UMKM di Desa Garawangi.

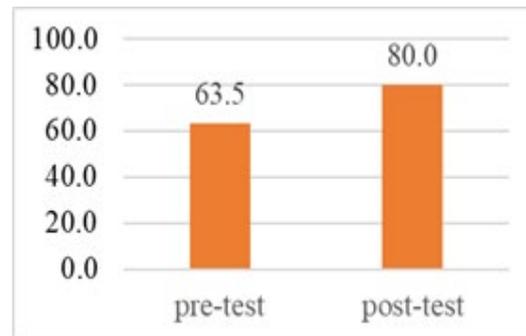
Pembuatan kemasan produk pada kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan tujuan agar produk dapat memiliki nilai jual yang lebih tinggi dan dapat menarik konsumen yang lebih banyak dan beragam. Melalui kegiatan ini, diharapkan pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi dapat meningkatkan kualitas kemasan produknya sehingga produk dapat dipasarkan dengan lebih baik dan pendapatan pelaku UMKM dapat meningkat.

Kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh Hidayat dan Trihayanto (2016) pada pengusaha keripik di Desa Keloran, Wonogiri, menunjukkan bahwa peningkatan kualitas kemasan dilakukan agar produk dapat dipasarkan secara lebih luas di pusat oleh-oleh dan menjadi produk unggulan daerah. Selain itu, hasil pengabdian yang dilakukan oleh Sugianto dan Utama (2021) pada UMKM kelompok petani kopi di Desa Barumanis menunjukkan bahwa dengan melakukan peningkatan kualitas tampilan kemasan produk kopi dan melakukan pemasaran produk secara online, maka produk yang dijual semakin dikenal banyak orang dan penjualan produk meningkat signifikan.

Perbaikan kemasan dan penerapan *e-commerce* pada kegiatan tersebut dinilai efektif dalam meningkatkan pendapatan mitra kelompok petani kopi.

#### Kegiatan edukasi tentang *e-commerce*

Kegiatan edukasi dilakukan secara tatap muka pada pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi. Penyampaian materi dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi menggunakan alat bantu *flipbook*. Hasil kegiatan edukasi kemudian dievaluasi dengan membandingkan skor *pre-test* dan *post-test*. Hasil nilai tersebut disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2 Hasil *pre-test* dan *post-test* kegiatan edukasi tentang *e-commerce*

Hasil menunjukkan bahwa terdapat peningkatan skor pengetahuan pelaku UMKM mengenai *e-commerce* yang dibuktikan dengan adanya peningkatan skor dari 63.5 poin menjadi 85.0 poin. Kegiatan edukasi ini dinilai berhasil dan mencapai target nilai yang telah ditentukan sebelumnya yaitu rata-rata skor peserta mencapai 80 poin. Kegiatan edukasi merupakan salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan responden. Selanjutnya pengetahuan yang sudah terbentuk diharapkan dapat memperbaiki sikap dan praktik responden menjadi lebih baik lagi.

Kegiatan edukasi dalam pengabdian masyarakat ini dilakukan

dengan tujuan utama agar pelaku UMKM dapat lebih mengetahui berbagai sarana *e-commerce* yang dapat dijadikan sebagai lahan pasar baru untuk meningkatkan penjualan. Salah satu materi yang disampaikan juga menekankan terkait cara dan praktik langsung pembuatan tempat usaha di salah satu *platform* belanja *online* di Indonesia (*Shopee*).

Huzaimi dan Roczi (2023) dalam kegiatan pengabdian menyatakan bahwa pengenalan *e-commerce* kepada pelaku UMKM diharapkan dapat menciptakan semangat baru dalam berbisnis. Selain itu, pengenalan *e-commerce* pada pelaku UMKM juga diharapkan agar para produsen lokal memiliki perputaran transaksi penjualan berbasis telepon seluler untuk meningkatkan penjualan produk lokal.



**Gambar 3** Dokumentasi kegiatan edukasi tentang *e-commerce* pada pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi

## SIMPULAN

Kegiatan ini telah menghasilkan kemasan baru untuk produk UMKM Jinten dan Sistik di Desa Garawangi. Kemasan produk jinten dan sistik dinilai menjadi lebih menarik dengan adanya penambahan gambar berwarna, informasi logo dan nama produk, serta keterangan komposisi bahan. Selain itu, kegiatan edukasi mengenai *e-commerce* yang telah dilakukan kepada para pelaku UMKM juga dinilai telah efektif yang dibuktikan dengan adanya

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan ini tentu masih memiliki kekurangan. Kegiatan ini menekankan pada pembuatan kemasan baru dan memberikan edukasi tentang *e-commerce* pada pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi. Kegiatan pengabdian selanjutnya diharapkan lebih menekankan pada pendampingan keberlanjutan penggunaan kemasan yang sudah dibuat dan melakukan pemasaran produk melalui *e-commerce* agar tercipta manfaat yang lebih baik bagi mitra pelaku UMKM jinten dan sistik di Desa Garawangi.

peningkatan tingkat pengetahuan (skor pengetahuan) antara sebelum dan setelah kegiatan.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Cirebon yang telah memberikan bantuan dana sehingga kegiatan ini dapat dilakukan dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alwendi. (2020). Penerapan e-commerce dalam meningkatkan daya saing usaha. *Jurnal manajemen bisnis*. Vol. 17 No.3. Hal. 317-325.
- Apriyanti, M., E. 2018. Pentingnya kemasan terhadap penjualan produk perusahaan. *Sosio e-kons*. Vol. 10 No. 1. Hal. 20-27.
- Escursell, S., Llorach-Massana, P., Roncero, M., B. (2021). Sustainability in e-commerce packaging: A review. *Journal of Cleaner Production*. Vol 280 No 1. Hal. 1-17.
- Hidayat, Y., Triharyanto, E. Peningkatan daya jual aneka produk olahan makanan melalui teknik pengemasan produk. *Jurnal Kewirausahaan dan bisnis*. Vo. 19 No. 10. Hal. 45-53.
- Huzaimi, E.S., Rozci, F. (2023). Pengenalan dan pemberdayaan e-commerce pada UMKM kerupuk kaisar di Desa Sumberrejo Kabupaten Pesusuan. *JIPM : Jurnal pengabdian masyarakat*. Vol. 1 No. 3.
- Putri, A., D. Permatasari, B., Suwarni, E. (2023). Strategi desain kemasan sebagai upaya peningkatan daya jual produk UMKM kelurahan labuhan dalam bandarlampung. *Home*. Vol. 4 No. 1. Hal. 119-123.
- Simangunsong, B.Y.P. (2022). Peluang dan tantangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) : systematic literature review. *Jurnal ekonomi pembangunan*. Vol.1 No.1. Hal. 25-39.
- Sugianto, N., Utama, F., P. 2021. E-commerce untuk optimalisasi pemasaran produk di era digital bagi usaha mikro kelompok tani pangestu rakyat Desa Barumanis Kabupaten Rejang Lebong. *JPKM : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 27 No. 1. Hal. 14-20
- Tokar, T., Jensen, R., Williams, B.,D. (2021). A guide to the seen costs and unseen benefits of e-commerce. *Business Horizons*. Vol 64 No 3.
- Yan, M.R. Hsieh, S., Ricacho, N. (2022). Innovative food packaging, food quality and safety, and consumer perspective. *Processes*. Vol.10 No.4. Hal. 1-13.