

Pelatihan Pengemasan dan Pelabelan Produk UMKM***Packaging and Labelling UMKM Product Training*****Etí Suminartika, Endah Djuendah**

Fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran

*Email: eti.suminartika@unpad.ac.id

(Diterima 08-03-2025; Disetujui 15-08-2025)

ABSTRAK

Usaha kecil tumbuh di masyarakat karena merupakan sumber lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi mereka. Permasalahan yang dihadapi produk UMKM adalah kemasan yang kurang menarik dan kurangnya informasi yang berkaitan dengan produk. Oleh karena itu, perbaikan kemasan dan pencantuman informasi produk (pelabelan) perlu diperbaiki untuk meningkatkan penjualan. Tujuan kegiatan PKM ini: meningkatkan pengetahuan tentang kemasan dan label produk serta meningkatkan keterampilan memperbaiki kemasan dan label produk. Kegiatan dilaksanakan di bale desa Mandalamekar kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung. Metode yang digunakan adalah ceramah, diskusi, dan praktik. Keberhasilan kegiatan dievaluasi dengan melakukan tes awal dan tes akhir. Hasil kegiatan menunjukkan, terdapat peningkatan nilai pengetahuan akan kemasan dan pelabelan dari 65% menjadi 95%, terdapat peningkatan keterampilan peserta akan perbaikan kemasan dan label dari yang kurang memadai menjadi lebih memadai.

Kata kunci: Kemasan produk, label produk, keterampilan, pengetahuan

ABSTRACT

Small businesses have grown due to they are a source of job and income for the people. The problems of UMKM products are low attractive packaging and low of information of the product, therefore the improvements of packaging and labeling are crucial to be done. The purposes of this activity are to rise knowledge of packaging and labeling, moreover, to improve skills of packaging and labeling. The activity was carried out at the Mandalamekar village, Cimenyan district, Bandung regency. The methods were used: lectures, discussions and practices. The results showed that there was an increase of knowledge (packaging and labeling) from 65% to 95%, and there were an improving of participant skills (packaging and labeling).

Keywords: Product packaging, product labels, skills, knowledge

PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UMKM) pengolahan makanan di Jawa Barat berkembang pesat, hal tersebut karena seluruh masyarakat memerlukan makanan. Pangsa pasar makanan cenderung meningkat, hal itulah yang menjadikan usaha tersebut terus berkembang dari waktu ke waktu. Kelebihan usaha UMKM makanan diantaranya: tidak membutuhkan modal besar, proses menjalankan bisnisnya tidak rumit sehingga bisa dijalankan oleh siapa saja, sehingga banyak orang yang terjun ke bidang ini.

Lebih jauh, UMKM menjadi sumber lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi penduduk kita, sehingga usaha tersebut menjadi tulang punggung perekonomian kita. Sebagai usaha yang jadi andalan di masyarakat maka senantiasa perlu terus dibenahi sehingga posisinya semakin kuat. Banyak yang berpendapat bahwa produk usaha kecil dan menengah dikemas dengan cara yang kurang menarik dan kurang memiliki informasi tentang produk seperti: informasi produsen, kandungan bahan, dll. Penampilannya kemasan yang kurang menarik dan minimnya informasi produk 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 pengolahan makanan tidak meningkatkan mutu hasil produksi dan kemasannya maka UMKM pengolahan makanan akan kalah bersaing dengan olahan pangan impor. Menurut Widiati (2019), keberadaan kemasan sangat diperlukan oleh UMKM Pontianak karena masih menggunakan kemasan yang belum standar.

Kemasan adalah ilmu, seni dan teknologi yang bertujuan untuk melindungi produk saat dikirim, disimpan, atau dijual. Kemasan mempunyai peran yang sangat penting karena akan selalu terkait dengan produk yang dikemas dan juga memberikan nilai jual dan citra produk. Pengemasan produk menjadi hal yang sangat penting bagi produkolahan pangan. Menurut Kotler dan Keller (2009), pengemasan adalah kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus sebagai sebuah produk. Pada dasarnya peranan peran dari kemasan untuk produk pangan adalah melindungi produk dari kontaminasi luar, termasuk memelihara kualitas, menjamin keamanan pangan, dan meningkatkan masa simpan. Kemasan meliputi tiga hal: kemasan itu sendiri, merek, dan label. Ada tiga alasan utama untuk melakukan pengemasan: Kemasan dapat memenuhi syarat keamanan dan kemanfaatan, kemasan dapat melaksanakan program pemasaran, dan kemasan merupakan suatu cara untuk meningkatkan laba perusahaan. Simamora (2007) mengemukakan pengemasan mempunyai dua fungsi, yaitu fungsi protektif dan fungsi promosional.

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.

Desain kemasan dapat mempengaruhi produk yang ada di dalam kemasan, oleh karena itu bentuk kemasan, warna, bahan desain kemasan akan 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 (label), selain itu, harus memperhatikan tren di masyarakat.

Beberapa hal yang mesti tercantum dalam sebuah kemasan yaitu label (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*) (Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2009). Label produk merupakan identitas dari sebuah produk yang akan di pasarkan, label produk dapat mempermudah konsumen dalam memilih produk yang akan di belinya dan menjadi penguat branding usaha dalam persaingan bisnis yang semakin ketat. Label di produk mengandung informasi berupa *brand*, komposisi, legalitas, fungsi dan petunjuk produk.

UMKM seyogyanya dapat merancang dan membuat kemasan dan label yang standar sehingga penampilan produk mereka semakin menarik, higienis, informatif sehingga dapat meningkatkan pemasaran usaha tersebut. UMKM dapat saja membuat kemasan sendiri yaitu dengan cara membuat kemasan baru yang unik, atau merakit dari kemasan yang ada di pasaran menjadi bentuk yang spesifik. Menurut Sumardani (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. Kemasan dan label memiliki peranan penting dalam penjualan produk ke konsumen Menurut Rangkuti (2010), keputusan yang penting dalam pengembangan dan pemasaran barang adalah atribut produk, pemberian merek, pengemasan, pemberian label, dan layanan pendukung produk.

Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini: (1) Bagaimana meningkatkan pengetahuan pengemasan dan pelabelan produk, dan (2) Bagaimana meningkatkan keterampilan mengemas dan melabel produk UMKM

BAHAN DAN METODA

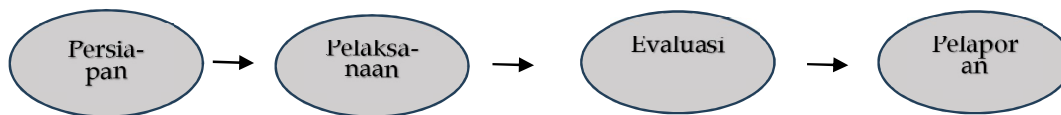
Ceramah dan diskusi serta praktik digunakan dalam menyampaikan materi kepada peserta. Ceramah berupa teori yang berkaitan dengan pengemasan dan pelabelan produk seperti maksud pengemasan dan pelabelan produk, manfaat pengemasan dan pelabelan produk, dampak pengemasan dan pelabelan produk bagi peningkatan penjualan, bentuk kemasan yang menarik, informasi yang harus

diletakan di label produk, sayat bahan kemasan. 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. Praktik pengemasan dan pelabelan produk dilakukan agar mereka terampil dalam mengemas dan melabel sesuai standar dan tuntutan konsumen.

Pelatih/pemandu dalam kegiatan ini adalah tim dosen yang ahli dibidangnya. Peserta kegiatan ini berperan sebagai pemerhati dan melaksanakan praktik yang di ajarkan. Peserta terlibat dalam diskusi, mereka sebagai narasumber permasalahan yang mereka hadapi terutama yang berkaitan dengan memperbaiki kemasan dan pelabelan produk. Permasalah mereka yang hadapi berkaitan dengan memperbaiki kemasan dan label produk selanjutnya didiskusikan dan dicarikan solusi terbaiknya. Informasi peserta, pemateri dan materi yang diajarkan disajikan dibawah ini:

1. Materi yang diajarkan: peranan kemasan dan pelabelan dalam meningkatkan penjualan, pentingnya kemasan produk, bentuk kemasan, syarat kemasan produk, bahan kemasan, kemasan yang menarik, label dan informasi produk yang diperlukan
2. Pemateri/narasumber terdiri atas 3 dosen (yang ahli di bidang pemasaran, ekonomi (produksi, UMKM), dan ilmu penyuluhan) dan satu praktisi pembuat kemasan dan label produk. Narasumber dosen berasal dari departemen Agribisnis fakultas Pertanian Universitas Padjadjaran. Praktisi adalah pengusaha yang cukup sukses, yang telah menerapkan kemasan dan pelabelan produk.
3. Peserta UMKM adalah merka yang mengolah makanan dan menjualnya kekonsumen, mereka terdiri atas pembuat jajanan pasar, pembuat makanan ringan, pembuat kue, pembuat aneka gorengan dan pembuat olahan lainnya. Pengusaha tersebut mengemas produknya relative masih sangat sederhana dan belum meeletakan label makanan.

Adapun langkah kegiatan PKM sebagai berikut:



Tahap persiapan meliputi persiapan bahan/materiyang akan dilatihkan, persiapan bahan materi meliputi pengumpulan teori-teori yang akan dilatihkan dan bahan-bahan untuk praktik pembuatan kemasan dan label seperti kemasan plastik, kemasan dari dus, pembuatan stiker. Bahan teori meliputi teori yang berkaitan dengan kemasan produk dan pelabelan, pentingnya kemasan produk, bentuk kemasan, syarat kemasan produk, bahan kemasan, kemasan yang menarik, label dan informasi produk yang diperlukan. Selanjutnya, mencari kelompok sasaran yaitu mencari dan mengundang pengolah makanan yang akan diberi pelatihan. Menentukan jadual kegiatan yaitu satu minggu sekali sesuai dengan kesediaan peserta

Pelaksanaan diawali oleh pelaksanaan tes awal yaitu berupa tes terhadap pengetahuan dan keterampilan mereka dengan cara mengisi angket/kuis, melaksanakan kegiatan penyuluhan yaitu memberikan ceramah teoritis, melaksanakan kegiatan pelatihan yaitu praktik pembuatan/ perakitan kemasan dan pelabelan produk. Kemasan dapat dibuat sendiri oleh UMKM, dengan bentuk yang spesifik yang sesuai dengan produk yang mereka hasilkan. Kemasan tersebut mudah dibuat, biayanya murah, cukup menarik, dll. Kemasan yang dirakit adalah kemasan jadi (buatan pabrik seperti kotak plastik, plastik menyerupai tabung, dll yang banyak dijual di pasaran), selanjutnya di tambah logo, informasi produk, dll, logo tersebut dapat dibeli di pasaran atau dibuat sendiri. Selanjutnya dilaksanakan test akhir, yaitu melakukan tes terhadap peserta, penyuluh dan kegiatan yang dilaksanakan

Evaluasi terdiri atas beberapa jenis yaitu evaluasi terhadap materi, peserta dan penyuluh. Evaluasi terhadap materi yaitu dilihat dari pendapat peserta akan dibutuhkannya materi yang diajarkan, evaluasi terhadap peserta juga dilihat dari antusiasme peserta dalam diskusi dan kehadiran, evaluasi terhadap peserta juga dilakukan terhadap pengetahuan dan keterampilan setelah dilakukan kegiatan ini. Evaluasi terhadap penyuluh yaitu dilihat dari pelaksanaan kegiatan oleh penyuluh, evaluasi terhadap penyuluh dapat dilihat dari segi kehadiran penyuluh, menarik atau tidaknya penyampaian materi oleh penyuluh, terampil atau tidaknya penyuluh dalam mengajarkan praktik dan penyampaian teori.

Kegiatan terakhir adalah pelaporan, yaitu melaporkan kegiatan ini berdasar hasil evaluasi, yaitu menganalisis data hasil evaluasi terhadap peserta, program dan penyuluh, selanjutnya dalam pelaporan dilakukan penulisan laporan kegiatan berupa interpretasi data dan penulisan laporan dalam bentuk buku/laporan akhir.

Kelompok sasaran (peserta penyuluhan) ini adalah pengusaha kecil terutama yang mengusahakan makanan dan melakukan pengemasan yang berada di desa Mandalamekar 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 Januari-Februari 2025 di bale desa Mandalamekar kecamatan Cimenyan kabupaten Bandung dengan durasi satu kali per minggu.

Selama kegiatan, mulai dari awal, sedang berjalan dan diakhir kegiatan dilakukan monitoring dan evaluasi. Evaluasi di awal kegiatan diantaranya dilakukan *pre test*, selama kegiatan dilakukan monitoring pelaksanaan, evaluasi di akhir kegiatan diantaranya dilaksanakan *post test*. Objek yang dievaluasi meliputi evaluasi terhadap peserta, pelaksanaan kegiatan, dan pelaksana/penyuluh. Evaluasi terhadap peserta meliputi evaluasi terhadap pengetahuan mengenai kemasan dan pelabelan produk dan evaluasi terhadap keterampilan dalam merakit atau membuat kemasan dan melabel produk. Evaluasi kegiatan bertujuan untuk melihat apakah kegiatan 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 sehingga dapat menarik bagi peserta.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengemasan dapat diartikan sebagai suatu cara untuk menyampaikan barang kepada konsumen dalam keadaan terbaik. Menurut Kotler, Philip & K.L.Keller, (2006), pengemasan adalah aktivitas merancang dan memproduksi kemasan atau pembungkus untuk produk. Pelabelan secara sederhana adalah Upaya memberikan informasi mengenai produk yang diberi label tersebut. Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (2009), usaha UMKM memerlukan perbaikan salah satunya kemasan produk.

Kegiatan PKM ini berupaya untuk meningkatkan kualitas kemasan dan pelabelan produk menjadi lebih baik atau lebih memenuhi tuntutan konsumen. Upaya memperbaiki kemasan dan pelabelan produk UMKM di bidang makanan dilakukan berupa penyuluhan dan praktik. Tujuan dilakukan penyuluhan adalah untuk membangun pemahaman peserta agar mau memperbaiki kemasan dan label produk yang mereka hasilkan.

Pelatihan/praktik pembuatan kemasan dan label produk dimaksudkan agar mereka terampil dalam membuat kemasan dan memberikan label pada produk yang mereka hasilkan. Pelatihan memperbaiki kemasan dan pelabelan dilaksanakan dengan cara melatih mereka membuat kemasan produk, praktik membuat kemasan yang diajarkan untuk olahan makanan dari beras contohnya yaitu dengan menggunakan bahan daun pisang, selanjutnya dibungkus menggunakan plastic, setelah itu diberi label/identitas.

Kegiatan merakit kemasan dimaksudkan yaitu penggabungan beberapa jenis kemasan wadah plastic yang banyak dijual di pasaran digabungkan dengan bahan lain (misalnya kertas/daun, selanjutnya dikasih logo yang juga banyak dijual di pasaran atau dibuat sendiri, dan terakhir dikasih identitas produsen, sehingga kemasan tersebut menarik dan beridentitas. Membuat atau merakit kemasan tidak asing bagi mereka namun memerlukan pembinaan lebih lanjut sehingga kemasan yang dihasilkan jauh lebih baik. Kemasan yang mereka buat relative sederhana, contohnya: makanan ringan (seperti keripik) dikemas dalam plastic polos dan sederhana, demikian pula dengan kue jajanan pasar hanya dibungkus plastik polos dan sederhana.

Kemasan yang dibuat didasarkan pada 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. Kemasan yang diperlukan oleh usaha kecil di desa Mandalamekar kecamatan Cimenyan terutama kemasan untuk makanan ringan dan jajanan pasar, oleh karena itu diperlukan rancangan kemasan yang cocok. Dengan pelatihan ini, kemasan dibuat agar tampil menarik, kemasan 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 dapat digolongkan menjadi tiga: kemasan primer, sekunder dan tersier. Kemasan primer berhubungan langsung dengan produk olahan. Kemasan primer biasanya ukuran relatif kecil dan disebut juga kemasan eceran, sebagai contoh kemasan makanan ringan/snack, kemasan sachet sampo, deterjen, kecap, saos tomat, mie instant, gelas plastik, dll. Kemasan primer tersebut banyak digunakan oleh UMKM di desa Mandalamekar kecamatan Cimenyan karena produk yang mereka hasilkan berupa: (jajanan pasar, olahan tepung, olahan beras, dll.

Terdapat beberapa jenis bahan kemasan, 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*. Bahan kemasan yang digunakan para pengolah makanan di desa Mandalamekar kecamatan Cimenyan biasanya dari bahan yang mudah di dapat seperti kertas/dus, plastik yang dibeli di pasar ataupun dari daun pisang.

Pelatihan pembuatan kemasan dilakukan dengan cara memanfaatkan bahan kemasan yang dekat dengan peserta seperti: karton, pelastik, daun pisang, dll. Beberapa hal yang diperhatikan dalam menciptakan kemasan yang dapat memikat perhatian konsumen yaitu: (1) unik dan kreatif, (2) sesuaikan desain kemasan dengan produk, contohnya produk keripik pisang maka desain kemasan dan tampilannya berupa gambar buah pisang, (3) buat kemasan berbagai ukuran dan bentuk, 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. Pelatihan di Industri Rumah Tangga Sima Indah, Kelurahan Sikumana, Kecamatan Maulafa, Kota Kupang membuat kemasan produk menggunakan plastik pembungkus standar ternyata dapat menjaga kualitas produk, ukuran kemasan dengan rata-rata beratnya produk 450 gr ternyata sudah sesuai dengan selera konsumen, terpenuhinya selera konsumen tersebut berdampak pada pembelian ulang produk yang berupa Cemilan Jagung dan Kacang-kacangan (Fachrul M, 2021).

Selanjutnya setelah pelatihan membuat kemasan maka pelatihan selanjutnya adalah pencantuman informasi produk berupa label, label didesain (seperti logo) sesuai dengan produk yang dikemas. Label yang tercantum di produk 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 dan Armstrong, 2010). Perlu digaris bawahi, desain kemasan selain harus menarik juga harus menjadi media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen. Menurut Herudiansyah Gumar, et. Al. (2019). Label pada kemasan produk pada usaha kecil menengah diperlukan untuk membantu perkembangan UKM pada lingkungan Desa Tebedak II kecamatan Payaraman Ogan Ilir

Pelatihan pencantuman label di produk peserta diperlukan mengingat peserta kurang memperhatikan pentingnya label tersebut, label sederhana dicantumkan oleh peserta untuk produk yang dijual di pasar sekitar mereka, dimana di pasar tersebut terdapat produk yang sama namun produsennya berbeda. Label yang mereka cantumkan hanya sebatas informasi produsen, namun informasi lainnya masih sangat kurang, seperti merek, informasi bahan yang digunakan, tanggal kadaluarsa, dll. Nurul Fibrianti (2019), hasil dari edukasi menunjukan siswa mampu memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan (layak konsumsi) dengan membaca terlebih dulu informasi yang tertera pada kemasan produk berupa label.

Merek yang diletak di kemasan berfungsi 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). Menurut Djadji, R A., et al. (2020), strategi produk olahan jagung dan kacang tanah yang dilakukan oleh *Home Industry* "UD di kelurahan Sikumana Kecamatan Maulafa kota Kupang yaitu dengan cara melakukan pengemasan berukuran 300 gr dan 500 gr, mencantumkan merek, alamat, komposisi dan tanggal kadaluarsa, hal tersebut berdampak pada lebih dikenalnya produk oleh Masyarakat sekitar.

Dampak kegiatan ini terlihat dari hasil evaluasi, evaluasi yang dilaksanakan diawal dan di akhir kegiatan, hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kondisi awal dan kondisi akhir sehingga terlihat dampak dari kegiatan ini. Evaluasi dilakukan terhadap peserta, penyuluh dan materi. Dari evaluasi

ini terukur dampak penyuluhan terhadap peserta dilihat dari perubahan pengetahuan, keterampilan dan kecocokan materi.

Kondisi awal pengetahuan dan keterampilan peserta maka diukur dengan melakukan uji *pre tes* 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 perbaikan.

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 diketahui hasil/dampak dari kegiatan pelatihan ini yaitu adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta terutama memperbaiki kemasan dan label produk makanan.

Berdasarkan hasil *pretes* dan *post test* dalam kegiatan ini, nilai masing-masing sebesar 65% (*pre test*) dan 95% (*post test*) 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 dan pelabelan dengan baik untuk meningkatkan penjualan mereka.

Evaluasi terhadap keterampilan perbaikan kemasan dilakukan untuk melihat perubahan keterampilan peserta dalam memperbaiki kemasan dan pelabelan. Adanya pelatihan keterampilan pembuatan kemasan dan pelabelan oleh peserta berubah dari kurang terampil menjadi lebih terampil, untuk lebih jelasnya dapat dilihat di (Tabel 2.). Hasil tes mengindikasikan terdapat peningkatan keterampilan peserta dalam pembuatan kemasan dan pelabelan mendapat respon dari peserta. Hasil pelatihan tersebut sejalan dengan yang dilakukan Marlinda, *et al.* (2021), pelatihan dalam pembuatan kemasan produk olahan pangan di Way Kanan Lampung.dapat meningkatkan keterampilan mereka akan kualitas kemasan produk.

Tabel 1. Hasil Kegiatan PKM

Keterangan	Pengetahuan pengemasan dan label produk	Keterampilan pembuatan kemasan dan label produk
<i>Base line</i> (sebelum kegiatan)	Rendahnya pengetahuan pentingnya kemasan produk dan label produk	Rendahnya keterampilan membuat kemasan dan label produk
Pencapaian (setelah kegiatan)	Adanya peningkatan pengetahuan kemasan produk, dari nilai tes 65% menjadi 95%	Adanya peningkatan keterampilan membuat kemasan dan label produk dari kurang trampil menjadi lebih terampil

Sumber: Analisis Data Primer

Evaluasi terhadap materi dimaksudkan untuk melihat apakah pelatihan ini memiliki manfaat bagi mereka. Hasil pengisian angket oleh peserta menunjukkan 99% peserta menyatakan perlunya kegiatan ini, hal ini menunjukkan adanya kesesuaian materi yang diberikan dengan yang mereka butuhkan. Dilihat dari kehadiran peserta rata-rata 98% hadir di setiap 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 pembawa materi dimaksudkan untuk melihat apakah pembawa materi memiliki kemampuan dalam menjalankan kegiatan ini. Hasil evaluasi menunjukkan pembawa materi telah bekerja secara optimal, hal tersebut terlihat dari beberapa inikator penilaian kepada pembawa materi, yaitu: penyuluh hadir di setiap jadwal kegiatan denga tepat waktu, penyampaian materi oleh pembawa materi dapat diterima oleh peserta, terjadinya perubahan pengetahuan dan keterampilan.

Perubahan pengetahuan dan keterampilan dalam memperbaiki kemasan dan label produk UMKM merupakan luaran dari kegiatan ini. Kegiatan tersebut menghadapi faktor pendorong dan penghambat yang dapat mempengaruhi keberhasilan kegiatan ini. Faktor penghambat kegiatan ini: (1) Pemahaman peserta akan kemasan dan pelabelan bukan merupakan hal prioritas, (2) Kemasan yang bagus memerlukan biaya yang cukup tinggi, (3) Pelabelan selama ini kurang diperhatikan sama peserta, (4) Waktu peserta mengikuti pelatihan terbatas. Faktor pendorong kegiatan penyuluhan ini meliputi: (1) Peserta telah mengenal atau melakukan pengemasan sederhana, sehingga mudah menyerap keterampilan yang diajarkan. (2) Bahan kemasan dasar atau kemasan yang sudah jadi mudah di dapat, (3) Minat peserta mengikuti kegiatan ini yang cukup tinggi,

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil kegiatan menunjukkan: Terdapat peningkatan pengetahuan peserta tentang kemasan (yang meliputi pentingnya kemasan produk bagi produk mereka, bentuk kemasan yang cocok, syarat kemasan produk, bahan kemasan yang mudah didapat, kemasan yang menarik) dan label produk (informasi produk), peningkatankore pengetahuan meningkat dari nilai 65% (*pre test*) menjadi 95% (*post test*). Keterampilan peserta dalam pembuatan kemasan dan pembuatan label meningkat dari yang kurang trampil menjadi lebih trampil. Saran kegiatan ini: Perlunya pelatihan serupa yaitu pelatihan pembuatan kemasan yang lebih bervariasi dan mencakup banyak produk yang dihasilkan peserta.

DAFTAR PUSTAKA

- Djadji Ruth Apningsi, Charles Kapioru, dan Ernante 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. <https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/impas/article/view/3319>
- 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://ejurnal.undana.ac.id/index.php/impas/article/view/4216>
- Fibrianti, Nurul. (2019). Upaya Pemahaman Pencantuman Label Pada Kemasan Produk Makanan Bagi Siswa SMA 12 Semarang. *Jurnal Pengabdian Hukum Indonesia*, 2(1): 1-9. <https://journal.unnes.ac.id/sju/JPHI/article/view/27743>
- Herudiansyah Gumar, Mister Candra dan Reza Pahlevi. (2019). Penyuluhan Pentingnya Label pada Kemasan Produk dan Pajak pada Usaha Kecil Menengah (UMKM) desa Tebedak II Kecamatan Payaraman Ogan Ilir. Suluh Abdi: *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1 (2): 84-89. https://jurnal.um-palembang.ac.id/suluh_abdi/article/view/2296
- 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. <https://jurnal.polinela.ac.id/JPN/article/view/2077>
- 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://ejournal.upi.edu/index.php/strategic/article/view/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 Mengabdi*, 19(4): 410-414.
- 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.