



Journal Homepage



<https://ejournal.unibabwi.ac.id/index.php/tekiba/index>

TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat



Journal Title

Pemberdayaan UMKM Komunitas Jakarta Entrepreneur Tentang Inovasi Pengemasan Makanan Dan Minuman




Alda Chairani^{1**}  Heny Ratnaningtyas²  Pricilia Johani Sakti³  Michael Khrisna Aditya⁴  Eduard Rudolf Pangkerego⁵ 

¹alda.chairani@iptrisakti.ac.id, ²heny.ratnaningtyas@iptrisakti.ac.id,

³pricilia.sakti@iptrisakti.ac.id, ⁴michael.khrisna@iptrisakti.ac.id,

⁵eduard@iptrisakti.ac.id

****Correspondence Author** : alda.chairani@iptrisakti.ac.id

^{1,2,3,4,5}Institut Pariwisata Trisakti, Jl. IKPN Bintaro Tanah Kusir No.1, RT.4/RW.10, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12330

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Article History:

Revised Date: 13 October 2024

Published Date: 17 November 2024

Keywords:

Food Product, Beverage Product, Packaging, MSMEs

Extension activities regarding food and beverage packaging aim to provide relevant knowledge and skills to MSMEs in the Jakarta Entrepreneur community in an effort to improve the quality of their products and competitiveness in the market. This extension activity is carried out through direct assistance with initial observations and evaluations to understand and improve the packaging process, counseling with presentations, and training on packaging techniques. The pre-test and post-test are used to measure changes in participants' knowledge and skills, with the aim of improving the quality of product packaging and the competitiveness of MSMEs in the market. Product packaging outreach activities for MSMEs in the Jakpreneur community succeeded in increasing participants' understanding of the importance of good packaging. Through mentoring, counseling, outreach and consultation, participants now understand packaging as product protection and an important information medium. In order for this understanding to continue, MSME players are advised to take part in further training and ongoing assistance, as well as involving the government and industry associations to ensure compliance with packaging standards

1. PENDAHULUAN

Pengemasan produk makanan dan minuman memegang peranan yang sangat krusial bagi UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) karena tidak hanya melindungi produk dari kerusakan fisik selama proses transportasi dan

penyimpanan, tetapi juga berperan dalam menjaga kualitas serta keamanan produk itu sendiri [1]. Pengemasan yang baik memastikan bahwa produk tetap higienis dan aman dari kontaminasi mikroba serta faktor eksternal seperti kelembapan, oksidasi, dan cahaya yang

dapat mempengaruhi kesegaran dan kualitas produk [2]. Selain itu, kemasan berfungsi untuk memperpanjang umur simpan produk dengan menciptakan penghalang yang efektif terhadap faktor-faktor yang dapat mempercepat kerusakan [3]. Hal ini juga melibatkan penyertaan informasi penting pada kemasan, seperti tanggal kedaluwarsa, bahan-bahan, petunjuk penyimpanan, dan label gizi, yang tidak hanya membantu konsumen dalam membuat keputusan pembelian yang lebih baik tetapi juga memastikan bahwa produk memenuhi standar regulasi yang ditetapkan oleh hukum [4]. Kepatuhan terhadap regulasi ini sangat penting untuk memastikan produk dapat dipasarkan dengan legal dan aman, serta menghindari potensi masalah hukum yang bisa timbul dari pelanggaran [5].

Inovasi desain kemasan juga memainkan peran yang sangat penting dalam daya tarik konsumen dan strategi branding UMKM [6]. Kemasan yang menarik dan inovatif dapat menjadi alat yang efektif untuk menarik perhatian konsumen di pasar yang kompetitif dan membedakan produk UMKM dari pesaingnya [7]. Desain kemasan yang baik tidak hanya mencerminkan identitas merek dan nilai-nilai perusahaan tetapi juga dapat berkontribusi pada citra merek yang kuat, mempengaruhi keputusan pembelian, dan membangun loyalitas konsumen [8]. Selain itu, kemasan yang efisien dapat mempermudah proses distribusi dan penyimpanan, serta mengurangi risiko kerusakan selama pengiriman. Semua faktor ini secara keseluruhan mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UMKM dengan meningkatkan visibilitas dan daya saing produk mereka di pasar, sekaligus memenuhi kebutuhan praktis dari distribusi dan penyimpanan produk [9].

Kegiatan penyuluhan mengenai inovasi pengemasan makanan dan minuman dilakukan kepada UMKM di bawah naungan komunitas Jakpreneur yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang relevan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dalam upaya meningkatkan kualitas produk mereka serta daya saing di pasar. Institut Pariwisata Trisakti, sebagai lembaga pendidikan yang memiliki reputasi baik di bidang pariwisata dan manajemen industri, memiliki sumber daya manusia yang berkompeten dalam berbagai aspek pengelolaan dan pengembangan usaha. Para

dosen yang terlibat dalam kegiatan ini bukan hanya memiliki pengetahuan akademis, tetapi juga pengalaman praktis yang mendalam dalam industri makanan dan minuman. Pengalaman mereka memungkinkan mereka untuk memberikan pelatihan yang aplikatif dan sesuai dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang.

Kegiatan penyuluhan inovasi pengemasan produk makanan dan minuman kepada UMKM di bawah naungan komunitas Jakpreneur memiliki beberapa inspirasi dari kegiatan sebelumnya, salah satunya adalah kegiatan yang dilakukan menunjukkan bahwa pelatihan dan penyuluhan kepada UMKM di Bantul, Yogyakarta mengenai teknik inovasi pengemasan dan branding produk yang efektif dapat meningkatkan kualitas produk dan daya saing di pasar, serta membantu UMKM untuk mematuhi standar regulasi yang berlaku [10]. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas kemasan produk dan kepuasan konsumen, serta kontribusi terhadap keberhasilan UMKM lokal. Selanjutnya kegiatan penyuluhan dan pelatihan tentang pengembangan desain kemasan yang inovatif untuk produk makanan dan minuman UMKM di Desa Ganggeng, Kabupaten Purworejo, mereka berhasil meningkatkan daya tarik produk dan pengetahuan UMKM tentang pentingnya desain kemasan dalam strategi pemasaran. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan estetika kemasan tetapi juga berkontribusi pada peningkatan penjualan dan daya saing produk di pasar [11], [12].

Kegiatan-kegiatan ini menginspirasi upaya yang dilakukan oleh Dosen Institut Pariwisata Trisakti dengan menunjukkan bagaimana penyuluhan dan pelatihan yang terfokus pada inovasi pengemasan dapat membawa dampak positif bagi UMKM. Dengan mengadopsi pendekatan yang serupa dalam hal pelatihan dan penyuluhan, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan UMKM di Kecamatan Senen sehingga mereka dapat lebih bersaing di pasar yang lebih luas dan meningkatkan kualitas hidup mereka secara keseluruhan.

Penyuluhan mengenai inovasi pengemasan makanan dan minuman merupakan salah satu aspek krusial dalam dunia bisnis, terutama bagi UMKM yang sering kali menghadapi tantangan dalam hal standar kemasan yang memadai.

Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai elemen penting dalam pemasaran yang dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai produk. Pelatihan yang diberikan oleh Dosen Institut Pariwisata Trisakti fokus pada teknik-teknik inovasi pengemasan yang efisien dan estetis, serta penggunaan bahan kemasan yang aman dan sesuai dengan regulasi.

Kegiatan ini juga memiliki dampak sosial yang signifikan. Dengan memberikan pelatihan kepada UMKM di Kecamatan Senen. Dosen Institut Pariwisata Trisakti berkontribusi dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. UMKM yang terampil dalam hal inovasi pengemasan akan lebih mampu bersaing di pasar yang lebih luas, baik lokal maupun nasional. Selain itu, penyuluhan ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk meningkatkan pengetahuan mereka tentang tren dan inovasi terbaru dalam industri kemasan, yang bisa menjadi keunggulan kompetitif bagi produk mereka.

Secara keseluruhan, penyuluhan yang dilakukan oleh Dosen Institut Pariwisata Trisakti merupakan upaya kolaboratif yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM dibawah naungan komunitas Jakpreneur. Dengan dukungan dari lembaga pendidikan yang memiliki expertise di bidang terkait, diharapkan pelaku UMKM dapat memanfaatkan pengetahuan dan keterampilan baru ini untuk mengembangkan usaha mereka secara lebih efektif dan berkelanjutan. Kegiatan ini mencerminkan komitmen untuk mendukung pertumbuhan ekonomi lokal serta memberdayakan komunitas melalui pendidikan dan pelatihan praktis yang bermanfaat.

2. METODE

Sasaran kegiatan penyuluhan mengenai inovasi pengemasan produk makanan dan minuman ini secara khusus ditujukan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terlibat dalam komunitas Jakarta Entrepreneur, sebuah komunitas yang berperan penting dalam menghubungkan dan memberdayakan wirausahawan lokal di Jakarta. Komunitas ini merupakan jaringan yang memberikan dukungan, pembinaan, dan kesempatan jaringan bagi pengusaha di berbagai

sektor, termasuk sektor makanan dan minuman, dengan tujuan meningkatkan kapasitas dan daya saing mereka di pasar [13]. Metode pelaksanaan kegiatan penyuluhan mengenai inovasi pengemasan produk makanan dan minuman ini dirancang untuk memastikan pendekatan yang komprehensif dan terintegrasi melalui serangkaian aktivitas yang meliputi pendampingan langsung, penyuluhan, sosialisasi, dan konsultasi. Lokasi kegiatan penyuluhan dilakukan selama dua minggu, yaitu sebagai berikut:

1. Tanggal 16 Juli 2024 di Kecamatan Senen, Jakarta Pusat
2. Tanggal 17 Juli 2024 di Kecamatan Tanah Abang, Jakarta Pusat
3. Tanggal 18 Juli 2024 di Kecamatan Sawah Besar, Jakarta Pusat
4. Tanggal 19 Juli 2024 di Kecamatan Gambir, Jakarta Pusat
5. Tanggal 22 Juli 2024 di Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat
6. Tanggal 23 Juli 2024 di Kecamatan Cempaka Putih, Jakarta Pusat
7. Tanggal 25 Juli 2024 di Kecamatan Johor Baru, Jakarta Pusat
8. Tanggal 26 Juli 2024 di Kecamatan Kemayoran, Jakarta Pusat

Kegiatan dimulai dengan pendampingan langsung kepada pelaku UMKM yang terlibat pada komunitas Jakpreneur, yang mencakup observasi dan evaluasi awal terhadap proses inovasi pengemasan yang mereka gunakan. Pendampingan ini bertujuan untuk memahami tantangan spesifik yang dihadapi oleh para pelaku usaha serta kebutuhan mereka dalam hal perbaikan pengemasan. Selama fase ini, Dosen Institut Pariwisata Trisakti akan memberikan bimbingan praktis, memberikan umpan balik langsung, dan menyarankan perbaikan berdasarkan analisis kondisi yang ada di lapangan. Selanjutnya, kegiatan penyuluhan dilakukan untuk memberikan pemahaman mendalam tentang teknik pengemasan yang efektif dan relevansi kemasan yang baik dalam menjaga kualitas produk. Penyuluhan ini melibatkan sesi presentasi, demonstrasi, dan pelatihan mengenai berbagai jenis bahan kemasan, teknik pengemasan, dan standar industri yang harus dipatuhi. Materi penyuluhan disampaikan dengan cara yang mudah dipahami,

dan dilengkapi dengan contoh praktis serta studi kasus yang relevan dengan produk makanan dan minuman yang dihasilkan oleh UMKM setempat.

Sosialisasi dilakukan untuk memperkenalkan dan menyebarkan informasi mengenai pentingnya kemasan dan labeling yang sesuai di kalangan pelaku UMKM. Ini melibatkan kegiatan diskusi kelompok, dan sesi tanya jawab di mana peserta dapat berbagi pengalaman, mengajukan pertanyaan, dan mendapatkan klarifikasi tentang isu-isu spesifik yang mereka hadapi [14]. Sosialisasi juga mencakup penyebaran materi edukasi seperti brosur, panduan, dan video tutorial yang dapat digunakan sebagai referensi tambahan oleh pelaku UMKM. Selain itu, konsultasi langsung merupakan bagian penting dari metode pelaksanaan, di mana pelaku UMKM dapat berkonsultasi secara individu dengan , Dosen Institut Pariwisata Trisakti untuk mendapatkan solusi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mereka. Konsultasi ini memungkinkan pelaku UMKM untuk membahas masalah inovasi pengemasan yang mereka hadapi, menerima saran dan rekomendasi yang relevan, serta merencanakan implementasi perbaikan berdasarkan feedback yang diberikan. Melalui kombinasi metode pendampingan langsung, penyuluhan, sosialisasi, dan konsultasi ini, diharapkan pelaku UMKM dapat memperoleh pengetahuan yang mendalam, keterampilan praktis, dan dukungan yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk mereka, sehingga berdampak positif pada daya saing dan keberhasilan usaha mereka di pasar [15].

Sebelum kegiatan penyuluhan dilakukan para tim pengabdian menyebarkan pre-test kepada para peserta untuk mengukur pengetahuan, sikap, atau keterampilan peserta sebelum mereka menerima informasi atau pelatihan. Ini membantu untuk mengetahui tingkat pemahaman awal peserta dan dapat digunakan sebagai *baseline* untuk perbandingan [16]. Kemudian setelah kegiatan penyuluhan dilakukan para tim pengabdian menyebarkan post-test kepada para peserta untuk mengukur perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, atau sikap peserta setelah mereka menerima informasi atau pelatihan. Ini membantu untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan penyuluhan dan mengidentifikasi area yang mungkin perlu diperbaiki di masa depan [17].

3. HASIL

Materi pertama yang diberikan kepada UMKM yang ikut komunitas Jakpreneur adalah kemasan pada produk makanan dan minuman merupakan elemen fundamental yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga sebagai bagian integral dari strategi pemasaran dan distribusi produk. Kemasan berperan penting dalam menjaga keamanan dan kualitas produk dengan melindungi makanan dan minuman dari kontaminasi mikrobiologis, kerusakan fisik, dan faktor lingkungan seperti cahaya, udara, dan kelembaban. Selain itu, kemasan memperpanjang umur simpan produk dengan memperlambat proses pembusukan, oksidasi, dan kehilangan nutrisi, sehingga produk dapat bertahan lebih lama di rak toko dan dalam penyimpanan konsumen. Kemasan juga berfungsi sebagai alat komunikasi penting antara produsen dan konsumen dengan menyampaikan informasi seperti bahan, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan instruksi penggunaan, serta berperan dalam menarik perhatian dan mempengaruhi keputusan pembelian melalui desain yang menarik dan inovatif. Selain itu, kemasan yang sesuai mendukung kepatuhan terhadap regulasi dan standar industri, memastikan produk memenuhi standar keamanan dan kualitas serta menghindari masalah hukum. Dengan demikian, kemasan yang dirancang dengan baik tidak hanya melindungi dan memperpanjang umur simpan produk tetapi juga meningkatkan daya tarik dan keberhasilan produk di pasar.

Kemudian materi yang kedua adalah klasifikasi kemasan, jenis bahan kemasan, dan bentuk kemasan yang baik untuk produk makanan dan minuman adalah elemen krusial dalam strategi inovasi pengemasan yang efektif. Klasifikasi kemasan dibagi menjadi kemasan primer, yang langsung bersentuhan dengan produk seperti botol minuman atau bungkus snack; kemasan sekunder, yang mengelompokkan beberapa unit kemasan primer seperti kotak karton; dan kemasan tersier, yang digunakan untuk pengangkutan dan distribusi seperti palet dan kotak besar. Jenis bahan kemasan bervariasi, termasuk plastik untuk fleksibilitas, kaca untuk menjaga kesegaran dan estetika, logam untuk perlindungan dari cahaya dan oksigen, serta kertas dan karton untuk kemasan sekunder yang ekonomis dan ramah lingkungan. Bentuk

kemasan mempengaruhi fungsi dan daya tarik produk, dengan desain ergonomis dan inovatif meningkatkan kenyamanan dan diferensiasi di pasar. Pertimbangan keberlanjutan semakin penting, dengan banyak produsen beralih ke bahan daur ulang atau ramah lingkungan seperti bioplastik dan kemasan kertas. Inovasi terbaru, seperti kemasan pintar dengan sensor kesegaran dan desain multifungsi, menambah nilai dan relevansi kemasan dalam memenuhi kebutuhan konsumen modern dan meningkatkan pengalaman pengguna.

Setelah itu materi ketiga adalah labeling pengemasan merupakan aspek krusial dalam strategi inovasi pengemasan produk makanan dan minuman yang sering kali dianggap remeh namun berdampak signifikan terhadap keberhasilan produk di pasar. Label tidak hanya berfungsi sebagai identitas visual tetapi juga sebagai sarana komunikasi penting yang menyampaikan informasi mengenai bahan-bahan, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan petunjuk penyimpanan dengan jelas dan akurat. Tanpa labeling yang tepat, konsumen mungkin tidak dapat membuat keputusan yang terinformasi, yang dapat mempengaruhi kepercayaan mereka terhadap merek dan keputusan pembelian. Kesalahan atau kelalaian dalam pembuatan label dapat mengakibatkan masalah kesehatan bagi konsumen serta tuntutan hukum bagi produsen, sehingga proses pembuatan label harus melibatkan perencanaan cermat, pengecekan ganda, dan validasi informasi. Selain itu, desain label yang menarik dan sesuai dengan identitas merek penting untuk menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing, sementara aspek keberlanjutan dalam pembuatan label, seperti menggunakan bahan daur ulang atau tinta berbasis air, dapat meningkatkan citra merek dan menarik konsumen yang peduli terhadap isu lingkungan. Labeling juga harus selalu diperbarui untuk mengikuti perubahan regulasi dan standar industri terbaru, memastikan kepatuhan, kepuasan konsumen, dan reputasi merek yang kuat di pasar.



Gambar 1. Penyuluhan Kemasan Kepada Para UMKM dibawah Komunitas Jakpreneur
Sumber: Tim Pengabd (2024)

4. PEMBAHASAN

Selanjutnya materi keempat yaitu label pada kemasan produk memainkan peranan penting dalam memberikan informasi yang jelas dan akurat kepada konsumen. Nama produk harus disajikan dengan jelas untuk memudahkan identifikasi dan mencegah kebingungan atau kesalahan dalam pemilihan produk, sementara merek berfungsi sebagai indikator kualitas dan reputasi, membantu konsumen memilih produk berdasarkan kepercayaan terhadap merek tertentu. Komposisi bahan juga penting, terutama bagi konsumen dengan alergi atau sensitivitas, serta untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi kesehatan. Netto atau jumlah isi produk memberikan informasi mengenai kuantitas, membantu konsumen membandingkan produk dan memastikan nilai yang sesuai dengan harga. Selain itu, mencantumkan nama pihak produksi, distributor, nomor registrasi Dinas Kesehatan, dan nomor PIRT pada label memberikan jaminan bahwa produk telah memenuhi standar keamanan dan kualitas, serta memudahkan pelacakan dan tanggung jawab jika terjadi masalah. Semua informasi ini berperan dalam membangun transparansi, kepercayaan, dan kepatuhan terhadap regulasi di pasar [18].

Sebelum kegiatan penyuluhan dimulai, tim pengabd melakukan persiapan dengan menyebarkan pre-test kepada semua peserta. Pre-test ini dirancang untuk mengukur berbagai aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan peserta sebelum mereka mendapatkan informasi atau pelatihan dari kegiatan penyuluhan tersebut. Melalui pre-test, tim pengabd dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai tingkat pemahaman awal peserta, yang pada gilirannya berfungsi sebagai baseline atau patokan awal. Data ini sangat penting karena memungkinkan

tim untuk membuat perbandingan yang akurat mengenai perubahan yang terjadi sebagai hasil dari penyuluhan.

Tabel 1. Pre-Test Peserta PKM

Pre-Test	Pilihan (orang)	Jawaban
1 Apa fungsi utama kemasan pada produk makanan dan minuman?		
a) Sebagai pelindung fisik produk	69	
b) Sebagai alat pemasaran produk	61	
c) Sebagai pelindung produk dari kontaminasi, kerusakan, dan faktor lingkungan serta sebagai alat komunikasi dan pemasaran	58	
d) Untuk tujuan distribusi produk	52	
2 Sebutkan tiga jenis kemasan berdasarkan fungsinya dan berikan contoh masing-masing!		
a) Kemasan primer, sekunder, dan tersier; contoh: botol, kotak karton, palet.	94	
b) Kemasan plastik, kaca, dan logam; contoh: botol plastik, jar kaca, kaleng logam.	58	
c) Kemasan berapis, kemasan bersisi ganda, dan kemasan ramah lingkungan; contoh: bungkus sandwich, kotak kue, kantong kertas.	47	
d) Kemasan ergonomis, kemasan dekoratif, dan kemasan fungsional; contoh: botol berbentuk unik, kotak hadiah, bungkus dengan tutup zip.	41	
3 Mengapa penting untuk mencantumkan informasi nutrisi pada label produk makanan dan minuman?		
a) Untuk memenuhi regulasi pemerintah	85	
b) Untuk menarik perhatian konsumen tanpa perlu informasi lain	72	
c) Untuk memastikan konsumen dapat membuat keputusan yang terinformasi tentang kesehatan dan nilai gizi produk.	33	
d) Untuk meningkatkan daya tarik visual kemasan.	50	
4 Apa yang harus diperhatikan dalam pemilihan bahan kemasan untuk produk makanan dan minuman?		
a) Hanya mempertimbangkan estetika dan desain.	66	
b) Memastikan bahan kemasan murah mempedulikan fungsionalitas.	62	
c) Memilih bahan yang sesuai untuk melindungi produk dari kerusakan dan kontaminasi serta memenuhi standar keberlanjutan.	54	
d) Memilih bahan yang paling banyak tersedia di pasar.	58	
5 Apa yang dimaksud dengan kemasan pintar dan bagaimana kemasan ini dapat meningkatkan pengalaman pengguna?		
a) Kemasan dengan desain yang menarik berfungsi sebagai pelindung.	52	
b) Kemasan dengan sensor yang dapat mengukur kesegaran produk dan memberikan informasi tambahan kepada konsumen.	49	
c) Kemasan fokus pada penampilan luar dengan teknologi tambahan.	69	
d) Kemasan dengan fitur tambahan yang tidak relevan dengan kebutuhan konsumen.	70	

Sumber: Tim Pengabdian (2023)

Dalam tabel pre-test peserta PKM untuk UMKM, yang melibatkan 240 peserta, terdapat lima pertanyaan yang menguji pengetahuan tentang kemasan produk makanan dan minuman. Pada pertanyaan pertama mengenai fungsi utama kemasan, mayoritas peserta 69 orang memahami kemasan sebagai pelindung fisik produk, sementara 61 orang menganggap kemasan sebagai alat pemasaran, dan 58 orang mengidentifikasi kemasan sebagai pelindung produk dari kontaminasi serta alat komunikasi dan pemasaran. Pertanyaan kedua menilai pengetahuan tentang jenis kemasan; 94 peserta berhasil menjawab dengan benar bahwa kemasan primer, sekunder, dan tersier adalah jenis kemasan berdasarkan fungsinya, sedangkan 58 peserta menjawab dengan memilih kategori bahan kemasan seperti plastik, kaca, dan logam [19].

Pada pertanyaan ketiga, terkait pentingnya informasi nutrisi pada label produk, 85 peserta menjawab bahwa itu penting untuk memenuhi regulasi pemerintah, sedangkan 50 peserta berpendapat bahwa informasi tersebut berpedapat bahwa informasi tersebut meningkatkan daya tarik visual kemasan. Untuk pertanyaan keempat tentang pemilihan bahan

kemasan, 54 peserta menjawab dengan benar bahwa bahan harus melindungi produk dan memenuhi standar keberlanjutan, sedangkan 62 peserta fokus pada aspek fungsionalitas dengan mempertimbangkan biaya. Pertanyaan kelima tentang kemasan pintar menunjukkan bahwa 70 peserta menjawab bahwa kemasan dengan fitur tambahan tidak relevan dengan kebutuhan konsumen, dan 49 peserta mengerti bahwa kemasan pintar termasuk sensor untuk mengukur kesegaran produk, menunjukkan perbedaan dalam pemahaman teknologi kemasan di kalangan peserta [20].

Tabel 2. Post-Test Peserta PKM

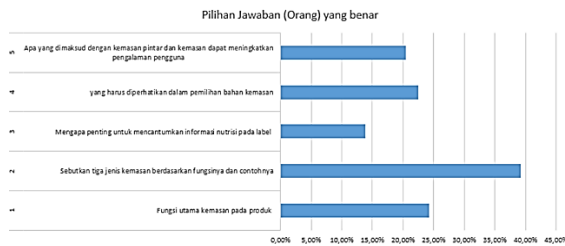
Post-Test	Pilihan (orang)	Jawaban
1 Setelah mengikuti penyuluhan, apa yang Anda pelajari tentang fungsi kemasan selain sebagai pelindung produk?		
a) Kemasan memiliki fungsi lain selain melindungi produk.	10	
b) Kemasan berfungsi sebagai alat komunikasi pemasaran dan membantu memperpanjang umur simpan produk.	201	
c) Kemasan berfungsi sebagai media iklan mempengaruhi kualitas produk.	20	
d) Kemasan berfungsi untuk desain visual daripada perlindungan produk.	9	
2 Bagaimana Anda dapat memilih bahan kemasan yang tepat untuk produk makanan dan minuman setelah mendapatkan pelatihan ini?		
a) Memilih bahan berdasarkan warna dan bentuk yang menarik.	17	
b) Memilih bahan berdasarkan harga terendah mempertimbangkan fungsionalitas.	12	
c) Memilih bahan yang dapat melindungi produk dari kontaminasi dan kerusakan serta sesuai dengan regulasi keberlanjutan.	198	
d) Memilih bahan yang paling banyak digunakan oleh kompetitor.	13	
3 Apa saja elemen penting yang harus dicantumkan pada label kemasan produk makanan dan minuman?		
a) Nama produk dan merek.	3	
b) Nama produk, merek, komposisi bahan, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi produsen.	232	
c) Informasi nilai gizi dan tanggal kedaluwarsa.	4	
d) Informasi estetika dan desain label.	1	
4 Mengapa penting untuk memperbarui label produk secara berkala?		
a) Agar label terlihat lebih modern.	7	
b) Untuk mengikuti perubahan regulasi dan standar industri terbaru, serta memastikan informasi yang akurat bagi konsumen.	217	
c) Agar label dapat menampilkan informasi yang relevan dengan produk.	9	
d) Untuk mengubah desain label sesuai dengan tren pasar.	7	
5 Bagaimana kemasan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen setelah pelatihan?		
a) Kemasan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.	9	
b) Kemasan yang menarik dan informatif dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan mereka.	219	
c) Kemasan berfungsi sebagai alat untuk penyimpanan produk.	10	
d) Kemasan selalu mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.	2	

Sumber: Tim Pengabdian (2023)

Setelah mengikuti penyuluhan, hasil post-test menunjukkan pemahaman peserta yang signifikan mengenai kemasan produk makanan dan minuman, dengan 201 dari 240 peserta mengidentifikasi kemasan sebagai alat komunikasi pemasaran dan sebagai sarana untuk memperpanjang umur simpan produk, menunjukkan pergeseran pemahaman yang jelas dibandingkan dengan pengetahuan mereka sebelum pelatihan. Dalam hal pemilihan bahan kemasan, 198 peserta kini memahami pentingnya memilih bahan yang melindungi produk dari kontaminasi serta mematuhi regulasi keberlanjutan, sebuah perbaikan yang besar dibandingkan dengan jawaban awal. Ketika ditanya mengenai elemen penting pada label kemasan, 232 peserta menyadari bahwa informasi yang lengkap termasuk nama produk,

merek, komposisi bahan, nilai gizi, tanggal kedaluwarsa, dan informasi produsen adalah krusial, menunjukkan peningkatan signifikan dalam perhatian terhadap informasi yang relevan bagi konsumen [21].

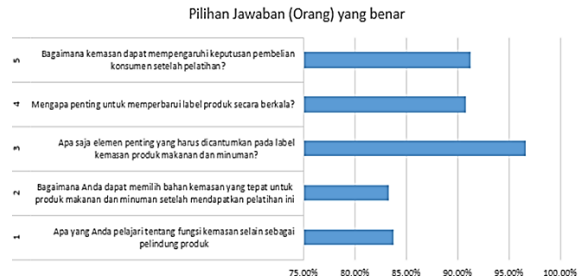
Pertanyaan mengenai pentingnya memperbarui label menunjukkan bahwa 217 peserta menyadari perlunya mengikuti perubahan regulasi dan memastikan akurasi informasi, melampaui pemahaman awal tentang estetika label. Terakhir, mengenai pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen, 219 peserta memahami bahwa kemasan yang menarik dan informatif dapat mempengaruhi keputusan pembelian, menggarisbawahi perubahan perspektif yang substansial setelah pelatihan dibandingkan dengan pemahaman awal mereka. Analisis ini menggambarkan dampak positif dari penyuluhan terhadap pengetahuan dan pemahaman peserta tentang fungsi, pemilihan bahan, elemen label, dan pengaruh kemasan dalam pemasaran produk UMKM [22].



Grafik 1. Jawaban Pre-Test Sebelum ada Kegiatan Penyuluhan Materi

Pada grafik 1 menunjukkan pemahaman 240 peserta kegiatan tentang kemasan produk makanan dan minuman, tampak bahwa pemahaman peserta mengenai topik ini bervariasi, dengan hasil yang relatif rendah di hampir semua area. Hanya 24.2% (58 orang) peserta yang benar dalam menjelaskan fungsi utama kemasan, sementara 39.2% (94 orang) dapat menyebutkan jenis kemasan beserta contohnya, yang merupakan persentase tertinggi di antara semua pertanyaan. Pemahaman mengenai pentingnya informasi nutrisi pada label sangat rendah, hanya 13.8% (33 orang) dan pemahaman tentang pemilihan bahan kemasan serta konsep kemasan pintar masing-masing hanya mencapai 22.5% (54 orang) dan 20.4% (49 orang). Hasil ini menunjukkan bahwa ada kebutuhan signifikan untuk meningkatkan pengetahuan peserta mengenai berbagai aspek

kemasan produk, mulai dari fungsi dan jenis kemasan hingga informasi nutrisi dan inovasi seperti kemasan pintar [23].



Grafik 2. Jawaban Post-Test Sesudah ada Kegiatan Penyuluhan Materi

Berdasarkan grafik 2 menunjukkan bahwa pemahaman 240 peserta kegiatan tentang kemasan produk makanan dan minuman, hasilnya menunjukkan pemahaman yang sangat baik dalam beberapa area kunci. Sebagian besar peserta (201 orang atau 83.8%) memahami bahwa fungsi kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran dan untuk memperpanjang umur simpan produk. Hampir 83.3% peserta (198 orang) dapat memilih bahan kemasan yang tepat dengan mempertimbangkan perlindungan produk dan regulasi keberlanjutan. Pemahaman mengenai elemen penting yang harus dicantumkan pada label juga sangat baik, dengan 232 peserta (96.7%) mengetahui informasi penting seperti nama produk, komposisi bahan, nilai gizi, dan tanggal kedaluwarsa. Selain itu, 217 peserta (90.8%) memahami pentingnya memperbarui label produk untuk mengikuti regulasi terbaru dan memastikan informasi akurat. Terakhir, 219 peserta (91.3%) memahami bahwa kemasan yang menarik dan informatif dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa peserta memiliki pemahaman yang sangat baik tentang berbagai aspek kemasan produk, termasuk fungsi kemasan, pemilihan bahan, elemen label, pentingnya pembaruan label, dan pengaruh kemasan terhadap keputusan pembelian konsumen [24].

Beberapa kekurangan dan tantangan muncul selama pelaksanaan kegiatan. Pertama, meskipun sebagian besar peserta menunjukkan pemahaman yang meningkat, beberapa peserta masih menunjukkan kesulitan dalam memahami konsep kemasan pintar dan aplikasi teknologi

terbaru, menunjukkan perlunya penjelasan yang lebih mendalam dan contoh praktis selama pelatihan. Kedua, tantangan dalam memastikan seluruh peserta memahami pentingnya pembaruan label dan pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan regulasi keberlanjutan juga perlu diperhatikan, karena masih terdapat peserta yang fokus pada aspek estetika dan biaya tanpa mempertimbangkan kepatuhan terhadap regulasi [25].

Selain itu, meskipun pengetahuan umum peserta tentang elemen labeling meningkat, masih ada beberapa peserta yang kurang memahami pentingnya informasi detail seperti nomor registrasi dan informasi produsen, yang dapat mempengaruhi kepatuhan dan transparansi produk. Untuk perbaikan di masa mendatang, disarankan untuk menyertakan lebih banyak sesi praktik dan studi kasus yang relevan dengan teknologi kemasan terbaru, serta meningkatkan pemahaman tentang regulasi dan standar industri dengan modul khusus. Evaluasi ini bertujuan untuk memahami keseluruhan dampak kegiatan dan menyusun strategi yang lebih baik untuk pelaksanaan kegiatan serupa di masa depan, memastikan bahwa penyuluhan tidak hanya meningkatkan pengetahuan tetapi juga mengatasi kekurangan yang ada, dan mempersiapkan peserta untuk menghadapi tantangan yang mungkin mereka hadapi dalam penerapan pengetahuan tersebut di lapangan.

5. KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan mengenai inovasi pengemasan produk makanan dan minuman pada UMKM yang terlibat dalam komunitas Jakpreneur telah menunjukkan hasil yang positif dan signifikan dalam meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Melalui serangkaian aktivitas seperti pendampingan langsung, penyuluhan, sosialisasi, dan konsultasi, peserta kini lebih memahami pentingnya inovasi pengemasan yang baik dan benar. Mereka telah menyadari bahwa kemasan tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk tetapi juga sebagai sarana untuk menyampaikan informasi krusial kepada konsumen. Informasi yang harus dicantumkan pada label, termasuk nama produk, merek, komposisi bahan, netto, nama pihak produksi, distributor (jika ada), nomor registrasi Dinas

Kesehatan, dan nomor PIRT, telah diinternalisasi dengan baik oleh peserta, menunjukkan kemajuan dalam penerapan standar inovasi pengemasan yang sesuai dengan regulasi.

Untuk memastikan bahwa pemahaman dan keterampilan yang diperoleh selama penyuluhan tetap terjaga dan terus berkembang, disarankan agar pelaku UMKM di Kecamatan Senen mengikuti program pendidikan dan pelatihan lanjutan secara berkala. Pelatihan ini dapat difokuskan pada praktik terbaru dalam inovasi pengemasan, teknologi kemasan yang inovatif, dan update mengenai regulasi yang berlaku. Program pendampingan tidak hanya dilakukan pada saat kegiatan penyuluhan tetapi juga berkelanjutan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengatasi tantangan yang mungkin timbul saat menerapkan pengetahuan baru mereka. Pendampingan berkelanjutan dapat berupa kunjungan rutin, konsultasi jarak jauh, atau sesi diskusi untuk membahas masalah yang dihadapi dan mencari solusinya. Sosialisasi tentang pentingnya kemasan yang baik dan benar perlu terus dilakukan, tidak hanya di tingkat komunitas tetapi juga dengan melibatkan pihak-pihak terkait seperti pemerintah lokal dan asosiasi industri. Upaya ini akan membantu memperluas jangkauan pengetahuan dan memastikan bahwa semua pelaku usaha memahami pentingnya kepatuhan terhadap standar kemasan dan peraturan yang berlaku.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Sasaran kegiatan penyuluhan mengenai inovasi pengemasan produk makanan dan minuman ini secara khusus ditujukan kepada para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terlibat dalam komunitas Jakarta Entrepreneur, sebuah komunitas yang berperan penting dalam menghubungkan dan memberdayakan wirausahawan lokal di Jakarta.

REFERENSI

- [1] Arsj, F. R. (2021). Sosialisasi Desain kemasan sebagai daya tarik produk bagi UMKM makanan dan minuman Jakpreneur wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 4(2), 75–83. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v4i2.623>

- [2] Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi kemasan produk untuk meningkatkan daya tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PakMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 2(2), 347-353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- [3] Chasanah, U., Mathori, M., Priyastiwi, P., Afifah, R. N., Nur'aini, F., & Fajar, R. N. (2024). Pelatihan desain kemasan produk UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha*, 2(2), 90-100. <https://www.jurnal.stieww.ac.id/index.php/jpm/article/view/999>
- [4] Hadi, W., Rahmayanti, H., Suyadi, D., Dunant, H., Aulia, F., Rahmadhani, Y., Iqbal, M., & Alvianita, R. (2022). Pelatihan Teknik pengemasan untuk produk UMKM bagi guru di SMK Yapinuh. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, 2022*, 141-145. <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/snp pm>
- [5] Kadi, D. C. A. (2019). Labeling, packaging, dan branding sebagai peningkatan minat beli konsumen pada UMKM Selai Srikaya Jumbo Desa Pupus Lembeyan Magetan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 105-111.
- [6] Maryam, I., & Widjajani, S. (2024). Pelatihan Branding dan Packaging Produk UMKM di Desa Ganggeng Kabupaten Purworejo. *(JTEB) Jurnal Terapan Ekonomi dan Bisnis*, 3(1), 1-11. <https://doi.org/10.2426/10.24269>
- [7] Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan pengembangan kemasan produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115-120. <https://doi.org/10.37641/jadkes.v2i1.1402>
- [8] Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan UMKM. *IX(2)*, 127-136.
- [9] Suraya, F., Maharani, D. G., Rachmawsati, H., Putri, D. M. Y., & Sari, R. A. (2021). Peran digital marketing dan packaging dalam meningkatkan produktifitas UMKM di Desa Muntung, Kecamatan Candiroto, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Puruhita*, (2), 52-58. <https://doi.org/10.15294/puruhita.v3i2.53100>
- [10] Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan inovasi desain kemasan sebagai branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKMN)*, 4(3). <http://ejournal.sisfokomtek.org/index.php/jpkm/article/view/1470>
- [11] Widiati, A. (2020). Peranan kemasan (packaging) dalam meningkatkan pemasaran produk usaha mikro kecil menengah (UMKM) di "Mas Pack" Terminal Kemasan Pontianak. *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Tanjungpura)*, 8(2), 67-76. <https://doi.org/10.26418/jaakfe.v8i2.40670>
- [12] Yuliani, R. (2020). Peningkatan penjualan melalui inovasi kemasan dan label pada UMKM. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71-76.
- [13] Anggraeni, W. C., Ningtiyas, W. P., & Nurdiyah, N. (2021). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan UMKM di masa pandemi Covid-19 di Indonesia. *Journal of Government and Politics (JGOP)*, 3(1), 47-65.
- [14] Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. *Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta*, 16(1), 1-32.
- [15] Muheramtohad, S. (2017). peran lembaga keuangan syariah dalam pemberdayaan UMKM di Indonesia. *Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 8(1), 65-77.
- [16] Emiliani, F., Rizqiana, S., Suhandito, R., Muchibbah, N. N., Nurmahfidhoh, R., & Habib, M. A. F. (2021). Analisis pemberdayaan UMKM pada masa pandemi COVID-19. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Ilmu Sosial Ekonomi dan Bisnis Islam (SOSEBI)*, 1(1), 83-94.
- [17] Suprayitno, D. K. (2018). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kabupaten Sidoarjo (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- [18] Wulansari, A., Hakim, L., & Ramdani, R. (2021). Strategi dinas koperasi dan umkm kabupaten karawang dalam pemberdayaan

- umkm. JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik, 7(1).
- [19] Atmojo, M. E. (2022). Pemberdayaan UMKM Melalui Pemanfaatan Teknologi Informasi. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 378-385.
- [20] Sedyastuti, K. (2018). Analisis pemberdayaan UMKM dan peningkatan daya saing dalam kancah pasar global. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117-127.
- [21] Patma, T. S., Muslim, S., & Fauziah, F. (2021, November). Pemberdayaan umkm melalui legalitas usaha. In *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Ekonomi Untidar 2021* (Vol. 1, No. 1).
- [22] Sinaga, I., Purwati, A. S. M., Akadiati, V. A. P., & Ariany, F. (2022). Pemberdayaan UMKM Pusat Usaha Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Pusparekraf) Bandar Lampung dalam pengisian SPT Tahunan. *Near: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 162-167.
- [23] Romadhoni, B. R., Akhmad, A., Khalid, I., & Muhsin, A. (2022). Pemberdayaan Umkm Dalam Rangka Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Di Kabupaten Gowa. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 1074-1088.
- [24] Damuri, Y. R., Aswicahyono, H., Hirawan, F., Setiati, I., & Simanjuntak, I. (2022). Langkah Pemberdayaan UMKM Dalam Menghadapi Covid-19. *Centre for Strategic and International Studies*.
- [25] Fadhillah, P., & Yuniarti, A. (2023). Pemberdayaan UMKM: Melihat Peluang Bisnis UMKM di Era Digital di Desa Ujunge Kecamatan Tanasitolo Kabupaten Wajo. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 2(1), 291-298.