

Peningkatan Kualitas Produk UMKM di Padukuhan Kemadang Kulon Melalui Pelatihan Pengemasan

Catarina Aprilia Ariestanti^{1*}, Elisa Meiseyanti²

Program Studi Biologi¹, Program Studi Manajemen², Universitas Kristen Duta Wacana^{1,2},
Jl. dr. Wahidin Sudirohusodo No. 5-25, Yogyakarta

*Email : catarina.ariestanti@staff.ukdw.ac.id

Abstrak: Kuliah Kerja Nyata merupakan penerapan Tri Dharma perguruan tinggi terutama pada bagian pengabdian kepada masyarakat. Universitas Kristen Duta Wacana berupaya mengambil bagian dalam hal tersebut dengan melaksanakan KKN di Padukuhan Kemadang Kulon yang memiliki potensi alam dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Usaha tersebut berupa hasil alam ataupun kerajinan tangan. Namun, UMKM yang merupakan salah satu pilar ekonomi lokal di Kemadang Kulon belum optimal pelaksanaannya. Salah satu penyebabnya adalah pengemasan yang masih seadanya, tanpa informasi ataupun brand. Oleh sebab itu, Kelompok KKN 28 dari UKDW mengambil peran aktif dengan melakukan sosialisasi dan pelatihan guna meningkatkan potensi UMKM di Kemadang Kulon melalui pelatihan pengemasan bersama Badar Riset dan Inovasi Nasional di kantor BRIN. Kegiatan dimulai dengan pemaparan materi yang dibagi menjadi empat bagian yaitu pengolahan hasil laut, nilai tambah tampilan produk, daya simpan, dan pengemasan produk. Kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan baik secara manual maupun otomatis. Evaluasi dilakukan di akhir kegiatan. Program ini disambut baik oleh seluruh pihak, namun tentunya masih perlu adanya peningkatan di berbagai aspek seperti. Program ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas produk yang dimiliki melalui kemasan di Padukuhan Kemadang Kulon.

Kata kunci: Kemadang Kulon, Kemasan, UMKM.

Abstract: The Community Service Program (KKN) is an implementation of the Tri Dharma of higher education, particularly in the area of community service. Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) participates in this mission by conducting KKN in Kemadang Kulon, a village with natural resources and a growing number of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). These enterprises include natural products and handicrafts, but the MSMEs, which form a key part of the local economy, are not yet operating at their full potential. One of the main issues is inadequate packaging, lacking information or branding. To address this, KKN Group 28 from UKDW took an active role by organizing workshops and training to enhance the potential of MSMEs in Kemadang Kulon. In collaboration with the National Research and Innovation Agency (BRIN), they held packaging training sessions at the BRIN office. The program began with presentations divided into four topics: seafood processing, product presentation, shelf life, and packaging. Hands-on packaging training followed, both manual and automated. An evaluation was conducted at the end of the program. While the initiative was well-received, improvements in various aspects are still needed. The program aims to improve product quality in Kemadang Kulon through better packaging.

Keywords: Kemadang Kulon, MSMEs, Packaging.

I. PENDAHULUAN

Kuliah Kerja Nyata atau yang disebut KKN merupakan program pendidikan yang memberikan kesempatan mahasiswa dalam pengabdian masyarakat. KKN diharapkan memberikan dampak kepada masyarakat seperti peningkatan kesejahteraan, kesadaran

sosial, dan pengembangan kemandirian (Bahrudin et al., 2024). Universitas Kristen Duta Wacana (UKDW) sebagai salah satu instansi pendidikan berupaya mengambil bagian dalam pengabdian masyarakat melalui program KKN. KKN yang merupakan penerapan Tri Dharma Perguruan Tinggi

berupa penelitian dan pengajaran, sehingga mahasiswa dituntut untuk lebih kreatif, kritis, dan inovatif terhadap permasalahan yang ada di masyarakat atau unit-unit usaha yang ada di desa (Cahyani et al., 2024).

Salah satu wilayah yang dipilih untuk menjalankan program KKN dari UKDW adalah Padukuhan Kemadang Kulon yang berada di Desa kemadang, Kecamatan Tanjungsari, Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta. Padukuhan Kemadang kulon memiliki potensi UMKM seperti kerajinan perahu, pernak-pernik, serta potensi laut lainnya. Peningkatan daya saing UMKM di wilayah Padukuhan Kemadang penting untuk dilakukan karena wilayah kemadang memiliki daya tarik wisata berupa pantai dan pegunungan karst yang memanjakan mata. Peningkatan kualitas UMKM akan berkontribusi dalam penyediaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal (Gustika & Susena, 2022). Hal tersebut tidak terlepas dari kelebihan yang dimiliki oleh UMKM seperti bahan-bahan yang digunakan merupakan bahan lokal yang menjadi khas dari daerah tersebut, sehingga akan menghasilkan segmen pasarnya sendiri (Raja et al., 2023). Besarnya peran dan potensi yang dimiliki oleh UMKM seringkali tidak dimanfaatkan secara optimal. Hal tersebut dapat disebabkan karena sistem yang digunakan oleh UMKM biasanya hanya didasarkan pada pengalaman, namun tidak diimbangi dengan peningkatan pengetahuan dan keterampilan (Qori Lutfiyani et al., 2022). Salah satu point penting yang sering diabaikan adalah kemasan produk. Kemasan seringkali hanya dianggap sebagai pelindung produk saja. Anggapan tersebut tidak sepenuhnya salah. Namun, di era sekarang ini produsen dituntut untuk membuat desain kemasan semenarik sehingga dapat menyebabkan perilaku *impulsive buying*. Perilaku *impulsive buying* merupakan pembelian yang tidak direncanakan dan disebabkan oleh adanya stimulus. Tentunya kemasan merupakan simultan pertama yang akan memancing pembeli dan dapat memberikan kepuasan tersendiri (Prameswari et al., 2020). Hal tersebut dapat

terjadi karena kemasan yang ditampilkan memiliki desain menarik, kelengkapan informasi, dan nama brand (Prameswari et al., 2018). Sehingga peningkatan kualitas dari UMKM dapat dilakukan dengan pemilihan kemasan yang baik dan sesuai. Dengan demikian, penguatan aspek kemasan melalui studi banding dan seminar menjadi langkah strategis untuk mendukung pertumbuhan UMKM di pasar yang lebih kompetitif.

II. RUMUSAN MASALAH

Kemasan dapat digunakan untuk komoditas pangan maupun non pangan. Kemasan menjadi *point* penting dalam keamanan produk karena akan melindungi produk dari kerusakan baik secara fisik, kima ataupun biologi (Ermawati, 2019). Saat ini konsumen akan melakukan penilaian awal terhadap produk yang ditawarkan melalui kemasan atau kesan pertama yang ditampilkan. Kemasan yang memiliki desain menarik, informasi lengkap, dan efisien akan lebih dipilih dibandingkan dengan produk yang hanya dibungkus atau ditempatkan pada wadah seadanya. Efisiensi yang dimaksud adalah kemudahan ketika produk disimpan, dibawa, ataupun ketika dibuka (Mufreni, 2016). Namun, aspek-aspek tersebut seringkali diabaikan oleh pelaku usaha menengah dan mikro karena dianggap sebagai hal yang tidak penting dan hanya akan menambah beban produksi. Hal ini juga terjadi pada kelompok UMKM di Padukuhan Kemadang Kulon. Sebelum dilakukan kegiatan pengemasan, produk UMKM berupa peyek atau rumput laut goreng hanya dikemas menggunakan plastik tipis biasa yang menyebabkan kerenyahan produk hanya bertahan 2-3 hari (Gambar 1.). Tidak adanya penggunaan *silica gel food grade* untuk memperpanjang kerenyahan produk serta kemasan yang lebih tebal dan cara mengemasnya menjadi focus permasalahan yang akan dipelajari bersama dengan BRIN.



Gambar 1. Produk UMKM berupa peyek

Tidak hanya penting, tetapi dalam jangka panjang pengetahuan akan kemasan dapat meningkatkan kualitas produk serta ekonomi pelaku UMKM. Oleh karena itu, UMKM perlu memahami dan mengidentifikasi sumber daya yang dimiliki dalam pengembangan kemasan sehingga tidak hanya asal tertutup, namun juga mencerminkan identitas dan kualitas.

III. METODE

A. Persiapan Kegiatan

Persiapan kegiatan dilakukan dengan melakukan observasi dan survei secara langsung diskusi secara daring dan luring oleh Kelompok KKN 28 dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) dan juga Asisten Pendamping Lapangan (APL).

B. Penentuan Program

Setelah dilakukan diskusi bersama dengan DPL dan APL. Kegiatan bertajuk “Studi Banding Pengemasan Produk” akan dilaksanakan di hari Kamis, 4 Juli 2024 dan berlokasi di Kantor Badan Riset Inovasi Nasional (BRIN) Playen, Gunung Kidul, Yogyakarta.

C. Pelaksanaan Penyuluhan Kepada Masyarakat

Tahap pelaksanaan dilakukan secara langsung dengan datang ke Kantor BRIN yang berada di Playen, Gunung Kidul Yogyakarta. Program yang ditawarkan berupa materi yang disampaikan oleh

peneliti-peneliti dari BRIN mengenai pengolahan hasil laut, nilai tambah tampilan produk, daya simpan produk, dan pengemasan produk. Program ini ditargetkan pada pelaku usaha yang ada di Padukuhan Kemadang Kulon.

D. Evaluasi dan Dokumentasi

Dokumentasi selama kegiatan berupa foto dan video kegiatan. Kemudian tahapan evaluasi berupa pelaporan pelaksanaan kegiatan berupa laporan, presentasi, dan video.

IV. HASIL PEMBAHASAN

Wilayah Kemadang memiliki potensi wisata baik pantai maupun *landscape* pegunungan karst, sehingga akan menarik banyak wisatawan yang datang untuk menyaksikan keindahan alam yang ada. Hal tersebut akan mendorong masyarakat untuk menjadi pelaku usaha dengan memanfaatkan hasil laut ataupun dengan membuat kerajinan tangan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Dukuh Kemadang Kulon dan observasi di wilayah kemadang kulon terdapat beberapa persoalan yang ada di masyarakat terkhusus pelaku usaha mikro dan menengah seperti masih minimnya kesadaran masyarakat tentang pengemasan produk atau pemanfaatan bahan lokal untuk menjadi bahan kemas. Selain itu, masyarakat juga belum banyak yang mengetahui mengenai metode pengemasan yang baik sehingga kondisi produk tetap terjaga. Universitas Kristen Duta Wacana melalui program KKN dan Kelompok KKN 28 berupaya mengambil bagian dalam persoalan tersebut serta memberikan solusi atau peningkatan kesadaran pelaku usaha terhadap kualitas produk. Hingga pengemasan produk menjadi fokus utama Kelompok KKN 28 dalam upaya peningkatan kualitas masyarakat atau pelaku usaha. Program yang akan dilaksanakan akan memiliki dua tahap penting yaitu penyadaran dan pelatihan.

Program pembinaan Sumber Daya Manusia yang bertajuk “Study Banding Pengemasan Produk” dilaksanakan melalui proses sosialisasi dan pelatihan di bidang

pengolahan produk terutama pada bagian pengemasan produk. Program ini melibatkan ahli dan peneliti dari BRIN yang bertindak sebagai pemateri dan pelatih terhadap masyarakat yang ikut serta dalam kegiatan.

Kegiatan dilaksanakan pada hari Kamis, 4 Juli 2024 dimulai dengan peserta program yang berkumpul bersama di POSKO KKN Kelompok 28 UKDW untuk bersama-sama berangkat menuju Kantor BRIN yang berada di Playen, Gunung Kidul, Yogyakarta. Kegiatan dimulai dengan sambutan dari Humas BRIN, Dukuh Kemadang Kulon, Kepala Pusat Riset Teknologi, dan Proses Pangan dan Penanggung jawab program kerja. Selanjutnya kegiatan dibagi menjadi 2 bagian yaitu sosialisasi dan pelatihan (Gambar 2.).



Gambar 2. Sosialisasi dan Sambutan Penanggung Jawab Program KKN

A. Sosialisasi Produk Hasil Laut dan Pengemasan Produk

Sosialisasi dilakukan oleh ahli yang ada di BRIN (Gambar 3.). Materi-materi diberikan dibagi menjadi 4 bagian yaitu pengolahan hasil laut, nilai tambah tampilan produk, daya simpan produk dan pengemasan produk. Masyarakat Padukuhan Kemadang Kulon selain menjadi petani terdapat juga masyarakat yang bergantung pada hasil laut baik menjadi nelayan ataupun sebagai pelaku wisata contohnya pedagang. Potensi alam terutama sektor laut begitu luas, namun hanya sedikit yang dimanfaatkan. Misalnya adalah rumput laut yang selama ini diolah menjadi keripik. Padahal rumput laut dapat diolah menjadi beberapa produk antara maupun

bahan pengemas seperti *treated cottony*, *semi refined carrageenan*, *refined carrageenan*, agar dan alginat. Pengolah rumput laut menjadi produk antara akan meningkatkan nilai dari rumput laut menjadi lebih tinggi dibandingkan dengan menjual rumput laut langsung.



Gambar 3. Pemaparan Materi Mengenai Hasil Laut

Selain potensi alam dan produk yang dihasilkan, materi yang diberikan adalah mengenai pengemasan (Gambar 4.). Pengemasan merupakan elemen penting yang tidak dapat ditinggalkan dalam strategi pemasaran bagi pelaku usaha terutama UMKM. Dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin kompetitif pengemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai daya tarik dan nilai tambah dari produk. Aspek-aspek yang penting untuk suatu kemasan adalah efisiensi, informasi, dan nilai estetika. Setelah seluruh rangkain sosialisasi dilakukan masyarakat diberikan pelatihan dalam penggunaan dan peningkatan pemahaman mengenai alat-alat pengemasan.



Gambar 4. Pemaparan Materi Mengenai Produk dan Pengemasan

B. Pelatihan Pengemasan Produk

Pelatihan pengemasan produk bertujuan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam melakukan pengemasan suatu produk. Selain itu, pelatihan juga menjelaskan mengenai jenis dan metode pengemasan (Gambar 5.).



Gambar 5. Pelatihan Pengemasan Produk

Jenis pengemasan produk misalnya kemasan primer yaitu kemasan langsung bagi produk. Kemudian kemasan sekunder yang berfungsi mengemas produk yang telah dikemas skunder. Selain itu, dijelaskan mengenai metode pengemasan seperti pengemasan shrink wrap, pengemasan otomatis dengan mesin atau manual, dan pengemasan *vacuum*. Peserta juga melakukan praktik pengemasan menggunakan mesin *vacuum* (Gambar 6.) Prinsip dasar dari jenis dan metode pengemasan adalah untuk melindungi produk dari kerusakan, kontaminasi, ataupun pengaruh lingkungan.



Gambar 6. Praktik Pengemasan dengan Mesin *Vacuum*

Pada akhir kegiatan dilakukan evaluasi kegiatan dengan pemberian kesan dan pesan terhadap jalannya kegiatan baik dari pihak masyarakat, BRIN, ataupun anggota KKN kelompok 28. Proses evaluasi oleh pihak BRIN dilakukan dengan membagikan link Survei Kepuasan Masyarakat yang diisi oleh peserta mengenai jalannya kegiatan pelatihan pengemasan yang telah dilaksanakan. Sementara evaluasi oleh kelompok 28 dilakukan secara spontan dengan mendengar kesan maupun masukan dari warga peserta. Secara keseluruhan, kegiatan diterima dengan baik oleh warga dan mereka antusias untuk menerapkannya dalam upaya meningkatkan kualitas produk UMKM di Padukuhan Kemadang Kulon. Kemudian kegiatan ditutup dengan foto bersama (Gambar 7.) dan masyarakat kembali ke Padukuhan Kemadang Kulon.



Gambar 7. Foto Bersama Peserta dan Pemateri

V. SIMPULAN

Peningkatan kualitas produk UMKM di Padukuhan Kemadang Kulon dapat dilakukan melalui optimalisasi mutu kemasan. Selain memberikan keamanan, kemasan akan meningkatkan nilai jual dan estetika dari produk. Identifikasi potensi lokal serta pembinaan demi tercapainya manfaat secara berkelanjutan harus terus dilakukan guna mendukung perkembangan pelaku UMKM, terutama di Padukuhan Kemadang Kulon.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrudin, C., Az-Zahra, M., Ajizah, H., Izzati, I., S., I. V., Jaenuddin, Julianti, Husniati, N., Aulia, P. P., Maulida, Z., & Muliana. (2024). Peran Kuliah Kerja Nyata (KKN) dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs) Di Desa Wanaherang. *Servirisma*, 4(1), 59–68.
<https://doi.org/10.21460/servirisma.2024.41.65>
- Cahyani, A., Nurhaningsih, T., Karnati, N., & Rahmawati, D. (2024). Kuliah Kerja Nyata Sebagai Implementasi Pendidikan Berbasis Masyarakat di Perguruan Tinggi. *Jurnal Kajian Dan Penelitian Umum*, 2(2), 19–29.
<https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.726>
- Ermawati, E. (2019). Pendampingan Peranan dan Fungsi Kemasan Produk dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor. *Empowerment Sosiety*, 2(2), 15.
<http://ejournal.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/epsEMPOWERMENTTSOCIETY>
- Gustika, S., & Susena, C. K. (2022). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Seminar Nasional Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (Sn-Emba) Ke-1 Fakultas Ekonomi Universitas Dehasen*.
- Mufreni, A. NF. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 2(2), 48–54.
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jem>
- Prameswari, N. S., Haq Dziaa'ul, M., & Widagdo, P. B. (2020). Strategi Pembentukan Citra Produk UKM Melalui Perancangan Desain Kemasan Stick Snack “Sabilla Djaya.” *Citradirga*, 03, 1–9.
<https://doi.org/DOI:10.33479/cd.v1i02>
- Prameswari, N. S., Suharto, M., & Wulandari, E. (2018). Strategi Branding Melalui Inovasi Desain Kemasan Bagi Home Industri Sabun Cair. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 03(02).
<https://doi.org/DOI:10.25124/demandi.a.v3i02.1547>
- Qori Lutfiyani, I., Yas ip Hastadi, A., tri Wahyuningsih, F., Tika Wahyuni, A., la Fine artha Fauzi, G., Nurfaizah, A., Rohimah, T., & Yanuar, R. (2022). Pengembangan UMKM melalui Optimalisasi Branding dan Penggunaan Media Digital di Desa Sindangbarang, Kabupaten Cilacap *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat*, 4(1).
<https://doi.org/10.29244/pim.4.1.70-84>
- Raja, F., Kiswandi, P., App, P., Muhamad, J., Setiawan, C., Muhammad, J., & Ghifari, A. (2023). Peran Umkm (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Terhadap Pertumbuhan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 154–162.
<https://doi.org/10.61722/jiem.v1i4.328>