

**Pelatihan Manajemen Keuangan Rumah Tangga Bagi Ibu-Ibu Anggota Aisyiyah Ranting Pujokususan**

Yunita Fitri Wahyuningtyas, Syeh Assery, Muhamad Awal Satrio Nugroho, Achmad Tjahjono

57-60

**Marketing 4.0: Fashion Marketing “Yuniq Collection”**

Suci Utami Wikaningtyas, Ary Sutrischastini, Rio Dewangga, Jalu Nugroho, Elisia Octavia

61-66

**Literasi Pengelolaan Keuangan Keluarga Untuk Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat**

Manendha Maganitri Kundala, Hasanah Setyowati, Wahyu Purwanto, Eva Safitri, Umul Nurrohmah, Yasmin

Yulianti Mony

67-72

**Peningkatan Kemampuan Manajemen Persediaan Pada Usaha Dagang Frozen Food**

Khoirunnisa Cahya Firdarini, Muhammad Subkhan, Siti Nur Anisa, Joan Kurniawan Wicaksana, Dyah

Kusumastuti

73-78

**Literasi Akuntansi Dan Keuangan Untuk Peningkatan Kinerja Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM)**

Sulastiningsih Sulastiningsih, Beta Asteria, Fatkhan Renaldy, Anisa Nur Rokhmah

79-85

**Strategi Marketing Terhadap Kompetisi Es Batu Ikat Lebih Dibutuhkan Dari Pada Es Kristal Di Wilayah Desa Jagalan Bantul**

Muhammad Robi Nurwahyudi, Mohammad Mahsun, Budi Nurcahyo, Kuntari Budiyati, Nafisa Rahma Dewi

86-89

**Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM**

Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori, Priyastwi Priyastwi, Rahayu Nur Affah, Fitri Nur'aini, Rizki Nur

Fajar

90-100

HOME / ARCHIVES / Vol. 2 No. 2 (2024): Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha

## Vol. 2 No. 2 (2024): Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha



PUBLISHED: 2024-06-05



### ARTICLES

#### PELATIHAN MANAJEMEN KEUANGAN RUMAH TANGGA BAGI IBU-IBU ANGGOTA AISYIYAH RANTING PUJOKUSUMAN

Yunita Fitri Wahyuningtyas, Syeh Assery, Muhamad Awal Satrio Nugroho, Achmad Tjahjono 57-60

ARTIKEL

#### MARKETING 4.0: FASHION MARKETING “YUNIQ COLLECTION”

Suci Utami Wikaningtyas, Ary Sutrischastini, Rio Dewangga, Jalu Nugroho, Elisya Octavia 61-66

ARTIKEL

#### LITERASI PENGELOLAAN KEUANGAN KELUARGA UNTUK PENINGKATAN KESEJAHTERAAN MASYARAKAT

Manendha Maganitri Kundala, Hasanah Setyowati, Wahyu Purwanto, Eva Safitri, Umul Nurrohmah, Yasmin Yulianti Mony 67-72

ARTIKEL

#### PENINGKATAN KEMAMPUAN MANAJEMEN PERSEDIAAN PADA USAHA DAGANG FROZEN FOOD

Khoirunnisa Cahya Firdarini, Muhammad Subkhan, Siti Nur Anisa, Joan Kurniawan Wicaksana, Dyah Kusumastuti 73-78

ARTIKEL

#### LITERASI AKUNTANSI DAN KEUANGAN UNTUK PENINGKATAN KINERJA USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM)

Sulastiningsih Sulastiningsih, Beta Asteria, Fatkhan Renaldy, Anisa Nur Rokhmah 79-85

ARTIKEL

#### STRATEGI MARKETING TERHADAP KOMPETISI ES BATU IKAT LEBIH DIBUTUHKAN DARI PADA ES KRISTAL DI WILAYAH DESA JAGALAN BANTUL

Muhammad Robi Nurwahyudi, Mohammad Mahsun, Budi Nurcahyo, Kuntari Budiayati, Nafisa Rahma Dewi 86-89

ARTIKEL

#### PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM

Uswatun Chasanah, Muhammad Mathori, Priyastawi Priyastawi, Rahayu Nur Afifah, Fitri Nur'aini, Rizki Nur Fajar 90-100

ARTIKEL

### Make a Submission

#### INFORMATION

For Readers

For Authors

For Librarians

#### EDITORIAL POLICIES

Publication Ethic

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Author Guidelines

Peer Review Process

Publication Frequency

Publication fee

Plagiarism Checker

Copyright Notice

Open Access Policy

Ethical Statement

Publisher

#### ARTICLE TEMPLATE



#### ISSN

eISSN 3026-6297

ISSN 3026-6297



#### TOOLS

Zotero

Mendeley

#### INDEXING LIST

Crossref

#### Support By

**ij** RELAWAN  
JURNAL INDONESIA

#### VISITORS

00000004

## PELATIHAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM

Uswatun Chasanah<sup>1</sup>, Muhammad Mathori<sup>2</sup>, Priyastiwi<sup>3</sup>, Rahayu Nur Afifah<sup>4</sup>, Fitri Nur'aini<sup>5</sup>, Rizki Nur Fajar<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Prodi Magister Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta - email: uswatun.chasanah31@stieww.ac.id.

<sup>2</sup>Prodi Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

<sup>3</sup>Prodi Akuntansi, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

<sup>4</sup>Prodi Magister Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

<sup>5</sup>Prodi Akuntansi, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

<sup>6</sup>Prodi Manajemen, STIE Widya Wiwaha, Yogyakarta, Indonesia

### Ringkasan

Produk yang tidak dikelola dengan baik akan berakibat pada kurang menarik bagi pembeli (konsumen). Salah satu bentuk nyata dari pengelolaan produk adalah melalui membuat atau menggunakan kemasan dengan baik, menarik dan sehat. Selama ini kesadaran pentingnya kemasan masih rendah terutama pada pengusaha kecil (UMKM). Pemahaman mereka pada kemasan masih terbatas pada wadah atau bungkus yang kalau sudah tidak terpakai akan dibuang. Mengenal macam-macam kemasan, teknologi dan bentuk-bentuk kemasan yang ada dan berkembang saat ini masih jauh dari pemahaman para pengusaha kecil tersebut, sehingga kemasan produk yang mereka buat ala kadarnya. Pelatihan pengenalan disain dan kemasan produk di RT. 07 Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul, DIY dimaksudkan untuk memberikan edukasi bagi pengusaha kecil di wilayah tersebut akan pentingnya disain dan kemasan produk agar mampu memiliki daya saing dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan penjualan, harapannya dengan pengenalan di masa yang akan datang dapat mengangkat kesejahteraan perekonomian para pengusaha dan warga sekitarnya. Alternatif kegiatan berikutnya adalah pendampingan berupa praktek pembuatan disain produk dan penggunaan kemasan produk dengan target jangka panjang yaitu terbentuk embrio rumah kemasan yang menjadi wadah kerjasama dan media belajar pengusaha kecil dalam hal disain produk dan kemasan.

Mitra pengabdian masyarakat ini adalah UMKM warga RT 07, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul. Metode kegiatan pengabdian masyarakat menggunakan ceramah dan diskusi aktif dengan warga. Secara umum dapat dikatakan kegiatan ini dapat dilaksanakan dengan baik, dilihat dari antusiasme warga mitra. Keterbatasan kegiatan ini adalah waktu pelaksanaan pengabdian terbatas dan ada sebagian warga yang sudah lanjut usia sehingga kurang aktif pada saat diskusi. Kegiatan pengabdian ini dapat meningkatkan pengetahuan dan kesadaran pengusaha kecil yang memang belum pernah mendapatkan edukasi tentang disain dan kemasan produk.

**Keywords : Desain, Kemasan, UMKM.**

### 1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini menjadi tulang punggung perekonomian Daerah Istimewa Yogyakarta (Tribun Yogya, 2016). Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM DIY, 95% perekonomian DIY disumbang oleh UMKM, dengan rincian kontribusi mikro 55%, usaha kecil 25%, menengah 15% dan usaha skala besar 5%. Adapun jumlah UMKM di DIY dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan, sejak tahun 2016 jumlah UMKM sebanyak 36.547, tahun 2017 sebanyak 38,009, tahun 2018 sebanyak 40,436 dan 2019 sejumlah 41,486. (Bappeda.jogjaprovo.go.id, 2019).

Peningkatan jumlah UMKM di DIY tersebut bukan tanpa persoalan, secara umum permasalahan yang dihadapi UMKM dapat dikelompokkan menjadi 5 masalah utama (Fajar Billy Sandi, 2019)., yaitu:

*pertama*, keterbatasan permodalan. Masalah keterbatasan modal menjadi hambatan utama yang dihadapi oleh mayoritas UMKM, gagasan bisnis dan kreativitas bisnis dimiliki oleh UMKM namun ketika akan merealisasikannya terhambat oleh modal, hal ini jika diruntut kebelakang adanya hambatan dalam akses pembiayaan karena banyak persyaratan yang belum terpenuhi. *Kedua*, masalah perijinan, banyak UMKM yang belum memiliki badan hukum yang jelas sehingga menghambat akses permodalan dan perluasan pasar dari UMKM. *Ketiga*, rendahnya keasadaran membayar pajak. Dari 60 juta pelaku UMKM di Indonesia hanya 2,5% atau sekitar 1,5 juta UMKM yang melaporkan pajaknya Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua pelaku UMKM memhami cara menghitung pajak yang menjadi kewajibannya. *Keempat*, banyak pelaku UMKM kurang berkembang karena minimnya inovasi. Akhirnya usaha hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian bangkrut karena produk atau jasa yang ditawarkan tidak kuat atau kalah bersaing. Pelaku UMKM di Indonesia memiliki kecenderungan menjalankan bisnis berdasarkan ikut-ikutan tanpa melihat potensi diri yang dimiliki. Produk yang lahir dari latah atau ikut-ikutan dan memiliki kemiripan satu sama lain sangat mungkin diawal permintaan banyak, namun lama-kelamaan permintaan menjadi turun karena konsumen bosan. *Kelima*, lambat mengikuti perkembangan teknologi, teknologi saat ini membawa banyak manfaat bagi pelaku UMKM tidak hanya dalam memasarkan produknya tetapi juga memudahkan proses produktivitas para pelaku UMKM. Kehadiran saluran *marketplace* dan media sosial membuka peluang bagi pelaku UMKM dalam mengenalkan produk mereka ke ranah yang lebih luas.

Permasalahan yang dihadapi UMKM tentu saja tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan banyak pihak. Salah satu upaya yang dilakukan dalam pengabdian masyarakat ini untuk mengatasi kendala inovasi, pasar dan teknologi yakni melalui sosialisasi dan pebaikan kemasan produk, mengingat banyak produk yang dipasarkan UMKM bagus, memiliki rasa yang enak, penampilan menarik, harga bersaing namun kurang menarik dalam kemasan (*packaging*).

## 2. Landasan Teori

Pengemasan (*packaging*) merupakan kegiatan merancang dan membuat wadah atau pembungkus suatu produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2001), kemasan meliputi kemasan utama (primer), kemasan sekunder dan kemasan pengiriman yang diperlukan untuk menyimpan, mengidentifikasi dan mengirimkan produk. Secara tradisional fungsi primer kemasan adalah untuk memuat dan melindungi produk. Namun dalam beberapa waktu terakhir ini, banyak faktor-faktor yang membuat pengemasan menjadi alat pemasaran yang penting. Sejalan dengan semakin meningkatnya persaingan, kemasan perlu didesain agar menarik perhatian, menjelaskan produk dan bahkan meningkatkan penjualan. Para pengusaha menyadari kemasan mempengaruhi konsumen untuk mengenal perusahaan atau merek dengan cepat.

Pengemasan yang inovatif memberikan keunggulan pada perusahaan terhadap para pesaingnya. Sebaliknya kemasan yang dirancang asal-asalan dapat menyebabkan konsumen tidak tertarik dan menurunkan penjualan produk. Mengembangkan kemasan yang baik terutama untuk produk baru memerlukan banyak pertimbangan, antara lain: perusahaan harus menyusun konsep pengemasan yang menyatakan bagaimana pentingnya kemasan bagi produk, apakah hanya berfungsi memberi perlindungan pada produk atau memperkenalkan metode pengemasan yang baru. Untuk selanjutnya memutuskan mengenai unsur spesifik dari kemasan, seperti ukuran, bentuk, bahan, warna, teks dan merek dagang. Berbagai elemen harus bekerjasama untuk mendukung posisi produk serta strategi pemasaran. Kemasan harus konsisten dengan iklan, penetapan harga dan distribusi produk.

Pengemasan adalah suatu proses memberi wadah atau pembungkus suatu produk. Kemasan merupakan desain kreatif yang mengaitkan bentuk, struktur, material, warna, citra, tipografi dan elemen-elemen desain dengan informasi produk agar produk dapat dipasarkan. Kemasan digunakan untuk membungkus, melindungi, mengirim, mengeluarkan, menyimpan, mengidentifikasi dan membedakan sebuah produk di pasar. Secara umum kemasan dibedakan berdasarkan dua fungsi yakni fungsi protektif dan fungsi promosi.

Fungsi protektif yaitu fungsi kemasan sebagai pelindung atau keamanan produk dari sesuatu yang dapat merusaknya seperti cuaca atau pada proses distribusi. Sedangkan fungsi promosi, kemasan menjadi media promosi atau pemasaran, dengan cara mendisain kemasan semenarik mungkin dari berbagai sisi seperti warna, desain, ukuran dan sebagainya. Secara spesifik, kemasan memiliki fungsi antara lain sebagai berikut (Rahmawati, 2013) :

1) Sebagai wadah atau tempat.

Yaitu untuk memudahkan penyimpanan produk yang berupa tepung – tepungan, butiran, cairan dan gas agar tidak berserakan dan memudahkan pekerjaan bila akan dipindahkan atau diangkut.

2) Sebagai pelindung

Disamping sebagai pelindung bagi produk yang dikemas, kemasan juga berfungsi untuk melindungi lingkungan sekitar produk. Bahan kemas yang akan dipilih tergantung dari sifat – sifat produk serta kemampuannya untuk melindungi produk yang akan dikemas. Bahan dan bentuk kemasan yang tidak memenuhi persyaratan akan menurunkan kualitas produk yang dikemas dan bila terjadi kebocoran dapat menimbulkan malapetaka seandainya produk yang dikemas adalah racun atau produk yang mudah terbakar. Untuk melindungi produk dari air/udara, misalnya produk kering seperti Calsium karbida, maka kadar airnya harus rendah untuk menghindari terjadinya reaksi – reaksi kimia atau kerusakan yang ditimbulkan oleh mikroba dan bahan kemasan yang digunakan harus kedap air agar uap air tidak bebas keluar masuk kemasan. Produk yang mengandung zat volatil, seperti rempah – rempah, wangi – wangi atau produk yang mudah menyerap bau seperti susu, kopi maka digunakan kemasan yang mampu mencegah masuknya zat yang baunya tidak disenangi. Produk yang sensitif mudah bereaksi dengan oksigen, seperti makanan gorengan, dapat dipilih bahan kemasan yang tidak dapat ditembus oksigen, baik yang dihampa udarakan maupun kemasan yang diberi gas pengisi. Untuk melindungi produk yang mengalami proses karbonisasi seperti bir, coca cola, fanta dan sejenisnya harus dipilih kemasan yang kedap CO<sub>2</sub> dan mampu melawan tekanan yang ditimbulkan oleh adanya CO<sub>2</sub> dalam produk yang akan meningkat bila suhu produk meningkat atau terkocok. Untuk mengemas produk yang sensitif sinar atau cahaya seperti bir, film photo, obat – obatan dan sebagainya, dianjurkan menggunakan kemasan yang dapat menahan sebagian sinar sehingga kerusakan bahan tersebut dapat diperkecil. Namun konsumen kadang – kadang ingin tahu produk atau kemurnian produk yang dikemas, sehingga dalam hal ini perlu dicantumkan informasi tentang produk. Produk yang mudah diserang oleh serangga dapat dipilih jenis kemasan yang tahan terhadap gigitan serangga atau permukaannya dibuat sedemikian rupa sehingga tidak ada bagian – bagian yang dapat dijadikan pangkal tempat menggigit, misalnya sisi yang tajam dan lain-lain. Namun sebelum dikemas produk hendaknya diberi perlakuan yang dapat membasmi serangga. Sedangkan untuk bahan – bahan yang mudah pecah seperti gelas, keramik, telur dapat digunakan kemasan yang tahan terhadap benturan mekanik dan dapat mengurangi guncangan.

3) Sebagai penunjang cara penyimpanan dan transport.

Produk – produk yang akan dipasarkan biasanya tidak langsung dibawa dari pabrik ke pengecer, tetapi melalui saluran pemasaran yang agak panjang. Selain itu ada beberapa bahan yang harus disimpan dulu sebelum dijual untuk pengontrolan kualitasnya, sehingga kemasan harus dibuat sedemikian rupa agar efisien dalam menggunakan ruangan penyimpanan. Efisien yaitu memberikan perbandingan maksimum antara berat atau jumlah produk yang disimpan dengan persatuan luas dari bangunan untuk penyimpanan, sehingga makin tinggi penumpukan, makin tinggi juga efisiensinya. Kemasan harus dibuat selaras dengan kemajuan dalam bidang teknologi dan transportasi, bentuk dan ukurannya harus cocok dengan kemampuan dan ukuran alat – alat yang digunakan, misalnya produk akan diangkut dengan pesawat terbang, maka ukuran dan bentuk kemasannya harus sesuai dengan ukuran pintu pesawat terbang. Disain kemasan yang tepat akan menunjang transportasi untuk dapat dilakukan dengan cepat.

4) Sebagai alat persaingan dalam pemasaran

Langkah pertama dalam memasarkan suatu produk adalah menarik perhatian konsumen. Cara menarik ini diantaranya dengan menempelkan sesuatu yang menarik pada kemasan produk

tersebut, misalnya gambar bayi yang sehat dan komposisinya bila yang dipasarkan makanan bayi. Bila langkah pertama telah berhasil, maka peluang untuk memenangkan persaingan sudah menjadi lebih besar, selanjutnya tergantung pada produk itu sendiri, apakah harganya terjangkau, keadaannya sesuai dengan selera konsumen, kualitasnya baik sesuai dengan informasi/label yang telah diberikan.

Dalam memilih bentuk dan bahan kemasan yang akan digunakan, agar memenuhi syarat sehingga dapat berfungsi dengan baik, maka diperlukan beberapa pertimbangan antara lain (Rahmawati, 2013):

- 1) Tidak toksik  
Bahan kemasan tidak mengganggu kesehatan manusia secara langsung maupun tidak langsung, seperti kandungan Pb.
- 2) Harus cocok dengan bahan yang dikemas  
Kemasan yang dipilih harus cocok dengan produk yang dikemas, kalau salah memilih bahan kemasan maka akan sangat merugikan. Misalnya produk yang seharusnya dikemas dengan kemasan transparan, namun dikemas dengan bahan kemas yang tidak transparan sehingga bila konsumen ingin mengetahui isinya akan merusak segel dan hal tersebut sangat merugikan produsen.
- 3) Sanitasi dan syarat – syarat kesehatan terjamin  
Disamping bahan kemasan tidak toksik dan produk yang dikemas tidak menunjukkan kerusakan karena serangan mikroba, juga bahan kemasan tidak boleh digunakan bila dianggap tidak dapat menjamin sanitasi atau syarat – syarat kesehatan. Misalnya karung adalah kemasan yang paling banyak digunakan, namun penggunaan karung untuk mengemas produk yang dikonsumsi tanpa mengalami pencucian atau pemasakan terlebih dahulu merupakan hal yang tidak dibenarkan.
- 4) Dapat mencegah pemalsuan  
Yaitu kemasan juga berfungsi sebagai pengaman dengan cara membuat kemasan yang khusus sehingga sukar dipalsukan dan bila terjadi pemalsuan dengan cara menggunakan kemasan yang telah digunakan akan mudah dikenali.
- 5) Kemudahan membuka dan menutup  
Pada umumnya konsumen akan memilih produk dengan kemasan yang mudah dibuka, seperti kemasan tetra pack daripada kemasan botol yang lebih sukar dan memerlukan alat khusus untuk membuka tutupnya.
- 6) Kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi  
Kemudahan dan keamanan dalam mengeluarkan isi perlu dipertimbangkan, sehingga isi kemasan dapat diambil dengan mudah dan aman, atau dengan kata lain tidak banyak tercecer, terbuang atau tersisa di dalamnya.
- 7) Kemudahan pembuangan kemasan bekas  
Pada umumnya kemasan bekas adalah sampah dan merupakan suatu masalah yang memerlukan biaya cukup besar untuk penanganannya, misalnya kemasan – kemasan bekas dari bahan plastik. Bahan kemasan plastik tidak dapat hancur oleh mikroba dan bila dibakar akan menyebabkan polusi udara, terutama di negara – negara maju. Bahan kemasan yang terbuat dari logam, keramik dan bahan nabati tidak begitu menjadi masalah. Bahan logam dan kertas sebagian besar dapat diproses kembali. Bahan nabati seperti kayu dapat dipakai sebagai bahan bakar.
- 8) Ukuran, bentuk dan berat  
Ukuran kemasan berhubungan sangat erat dengan penanganan selanjutnya, baik dalam penyimpanan, transportasi maupun sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen. Biasanya kemasan disesuaikan dengan sarana yang ada, misalnya sebagai pengangkutnya adalah pesawat terbang, maka tinggi dan lebarnya tidak boleh melebihi ukuran pintu pesawat terbang yang akan mengangkutnya dan sebagainya. Ada kalanya kemasan didisain sedemikian rupa sehingga bentuknya sangat indah dan menarik, kadang – kadang dibuat untuk memberi kesan bahwa isinya lebih banyak dari kemasan lainnya yang serupa, misalnya botol yang ramping dibandingkan dengan botol yang pendek. Bentuk kemasan sangat mempengaruhi efisiensi penggunaan ruang penyimpanan, cara penyimpanan, daya tarik konsumen dan cara pembuatan serta bahan kemasan

yang digunakan. Banyak konsumen yang berbelanja karena tertarik oleh kemasannya dengan bentuk yang aneh – aneh, misalnya bentuk oval/patung dan sebagainya lebih disukai. Pada umumnya produsen selalu berusaha untuk mengurangi berat kemasan yang digunakan karena dengan berkurangnya berat berarti energi yang dibutuhkan untuk transportasi akan berkurang pula sehingga akan menurunkan harga jual dari produk yang bersangkutan. Hal ini akan lebih menarik bagi konsumen, sehingga dapat diharapkan untuk memenangkan persaingan.

9) Penampilan dan pencetakan

Kemasan harus memiliki penampilan yang menarik bila ditinjau dari segala segi, baik dari segi bahan, estetika maupun dekorasi. Dalam hal ini produsen harus tahu dengan tepat ke lokasi mana produk akan dipasarkan. Karena selera masyarakat berbeda – beda. Masalah pencetakan sangat erat hubungannya dengan dekorasi dan label yang merupakan sarana komunikasi antara produsen dan konsumen, leveransir maupun pengecer. Beberapa bahan ada yang perlu mengalami pencetakan label dan tambahan dekorasi sehingga bahan kemasan harus memiliki sifat mudah menerima pencetakan dan hasilnya dapat dipertahankan, tidak luntur atau hilang.

10) Biaya rendah

Salah satu cara untuk mempertahankan produk tersebut terjangkau oleh daya beli konsumen adalah menurunkan biaya pengemasan sampai batas dimana kemasan masih dapat berfungsi dengan baik. Hal ini penting karena konsumen akan melakukan pemilihan terhadap produk yang sama yang ditawarkan dengan harga yang lebih rendah.

11) Syarat khusus

Selain syarat – syarat yang telah disampaikan, masih ada syarat – syarat khusus yang perlu diperhatikan, misalnya iklim daerah pemasaran yaitu tropis, subtropis, kelembabannya dan lain – lain.

Bahan – bahan yang dapat digunakan untuk keperluan mengemas produk bermacam – macam tergantung kepada jenis produk yang akan dikemas. Untuk menentukan bahan kemasan yang sesuai untuk suatu produk *agro-industri*, perlu diketahui jenis – jenis dan sifat – sifat dari bahan kemasan tersebut, antara lain (Rahmawati, 2013):

1) Kayu

Kayu memiliki tempat yang penting dalam pengemasan, khususnya untuk mengemas benda – benda yang berbobot besar dan mudah rusak. Kayu merupakan bahan alami, sehingga mempunyai sifat yang tidak seragam, namun dapat dipilih dan diolah untuk dijadikan bahan kemasan. Kemasan yang dibuat dari bahan kayu cocok digunakan untuk membuat kemasan dalam jumlah yang kecil, namun sebaliknya bahan ini tidak ekonomis bila digunakan untuk mengemas bahan – bahan kecil dalam jumlah besar. Kemasan yang dibuat dari kayu lebih baik dari bahan kemasan lainnya bila diinginkan kekakuan, kekuatan menumpuk yang baik, perlindungan yang baik pada waktu pengapalan untuk mengemas produk yang bersangkutan, namun kemasan kayu tidak kedap uap air, biayanya cukup tinggi, waktu menyusun lambat, penampakan kurang menarik dan tersedianya tidak mudah. Disamping itu kemasan yang dibuat dari bahan kayu mendatangkan masalah yang besar karena memiliki volume yang besar. Kayu *lumber*, *veener* dan *plywood* sering digunakan untuk membuat *crate*, *nailled wood boxes*, *barrel* dan *hamper*.

2) Logam

Kemasan yang terbuat dari logam masih menempati bagian yang penting dalam bidang pengemasan, meskipun ada saingan yang sangat ketat dari kemasan yang terbuat dari plastik dan kertas. Hal ini disebabkan oleh karena logam mempunyai kekuatan mekanik yang baik sekali. Logam yang digunakan untuk membuat kemasan adalah baja dan kaleng logam. Kemasan yang terbuat dari bahan baja dapat menahan penanganan selama pengangkutan, dapat diisi, dapat disimpan tanpa menimbulkan banyak masalah dan sangat ekonomis untuk pemakaian jangka panjang karena dapat dipergunakan berulang – ulang. Kemasan yang terbuat dari baja digunakan untuk menyimpan dan pengiriman berbagai macam produk seperti asam, alkali, pelarut organik, cat, vernis, pengencer, minyak saos, sirup, buah – buahan yang diawetkan dan lain – lain. Disamping itu kemasan dari bahan baja dapat dipergunakan untuk mengemas produk semi padat

seperti tepung dan produk yang berbentuk serpihan. Kaleng logam tahan terhadap panas, dingin, uap lembab dan dapat menahan produk yang kasar selama transportasi dan penyimpanan. Kaleng logam dibuat dari suatu plat baja dengan lapisan timah di kedua sisinya. Kaleng logam ini dapat digunakan terutama untuk mengemas produk makanan dengan daya korosi yang sangat tinggi atau tergantung dari tipenya, antara lain; *fosfor, silikon, coppec, nikel, kromanium* dan *lain – lain sampai batas yang paling minimal yang dapat dilakukan*.

3) Gelas

Gelas dibuat dengan mencampur pasir dengan soda abu, kapur atau campuran alkali lainnya. Kemasan yang terbuat dari bahan gelas akan terus menarik bagi industri pengemasan, karena gelas mempunyai kelebihan – kelebihan yang tidak didapatkan dari bahan – bahan kemasan lainnya. Beberapa keuntungan pemakaian bahan kemasan dari gelas, antara lain: dapat dibentuk dengan berbagai macam desain dapat diwarnai dengan berbagai macam warna, sesuai dengan kebutuhan produk yang akan dikemas.

- a) bersifat transparan dan produk yang dikemas dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen
- b) tidak mempengaruhi produk yang dikemas.
- c) kedap terhadap gas, uap air dan bau.
- d) memberikan keawetan aroma, rasa dan warna produk yang dikemas.
- e) kemasan yang terbuat dari gelas di-sterilisasi dan di-vacuum.
- f) tahan terhadap perubahan suhu rendah dan tinggi, dengan catatan suhu tersebut tidak berubah secara cepat.

Disamping keuntungan dari bahan gelas, ada beberapa kelemahannya antara lain;

- a) bersifat rapuh
- b) mudah pecah bila permukaannya tergores dan bila kena benturan.

Kemasan gelas digunakan untuk mengemas produk makanan, obat – obatan, minuman, bahan kimia dan bahan kosmetik.

4) Kertas

Kertas dibuat dari serat *sellulosa* dan merupakan bahan penyerap tinta, dapat digunakan untuk menulis, membungkus dan mengemas. Pada umumnya kertas dikelompokkan menjadi 2 kelompok besar yaitu; kertas kultural atau halus dan kertas industri atau kasar. Kertas kultural terdiri atas kertas cetak dan kertas tulis. Kertas cetak dibagi kedalam kertas putih, kertas cetak berwarna, kertas gambar, kertas offset dan sebagainya. Sedangkan kertas tulis dibagi kedalam kertas cek, kertas buku tulis, kertas cetak ketikan dan sebagainya. Kertas industri umumnya terdiri dari kertas untuk membungkus dan mengemas, misalnya kertas kraft, kertas manila, kertas glassin, kertas kedap lemak, kertas anti-tornish, kertas permanen, kertas pounch, kertas tissue, kertas krep, kertas lilin, kertas tahan basah dan sebagainya. Manfaat kertas dalam industri pengemasan, antara lain ; sebagai kantong, amplop, mengemas produk yang akan dikapalkan, mengemas perak, photographi, mengemas produk farmasi, dapat menjaga flavour produk yang dikemas, mengemas keju, untuk tujuan dekorasi dan sebagainya tergantung dari jenis kertas yang digunakan.

5) Papan kertas

Papan kertas adalah lembaran kertas yang mempunyai ketebalan 0.0091 – 0.030 *inch*. Papan kertas terdiri atas beberapa tipe yang berbeda sesuai dengan tujuan penggunaannya. Tipe – tipe tersebut antara lain; *container board, box board, straw board, mill board, pulp board, manila board* dan *printer's board*. Manfaat papan kertas antara lain dapat digunakan untuk mengemas produk yang akan dikapalkan, dibuat kotak, dibuat kemasan berbentuk karton lipat, dibuat *cover* buku, mengemas makanan, sepatu dan sebagainya.

6) Plastik

Kemasan plastik juga menempati bagian yang sangat penting dalam industri pengemasan. Kelebihan plastik dari bahan – bahan kemasan lainnya, antara lain; harganya relatif lebih murah, dapat dibentuk berbagai rupa, warna dan bentuk relatif lebih disukai konsumen, mengurangi biaya transportasi. Namun plastik mempunyai kelemahan yaitu umumnya tidak tahan terhadap



temperatur tinggi. Secara garis besar plastik dapat dibedakan atas 2 tipe yaitu *thermoplastik* ( dapat dilunakkan berulang kali dengan menggunakan panas ) dan *termoset* ( tidak dapat dilunakkan oleh panas). *Thermoplastik* yang digunakan dalam industri pengemasan adalah *polyethylene, polypropylene, polystyrene, polyvinyl chlorida, acrylic* dan *acilonitrile-butadiene-styrene*. *Termoset* yang biasa digunakan dalam industri pengemasan adalah *phenol-formaldehydene, melamike- formaldehydene* dan *urue-formaldehydene*. Penggunaan kemasan plastik tersebut berbeda – beda tergantung dari tipe plastiknya, antara lain dapat digunakan untuk pembuatan kotak bagasi, helm, suku cadang, repsigerator, untuk mengemas kosmetik, elektronik, perlengkapan otomobil, untuk mengemas bahan kimia yang membutuhkan ketahanan kimia tinggi, digunakan dalam industri pesawat terbang, mengemas produk yang mengandung minyak dan sebagainya.

7) Film

Film didefinisikan sebagai lembaran fleksibel, yang tidak berserat dan tidak mengandung bahan metalik dengan ketebalan kurang dari 0.01 *inch* atau 250 *mikron*. Film terbuat dari turunan *sellulosa* dan sejumlah *resin thermoplastik*. Film terdapat dalam bentuk roll, lembaran dan tabung. Beberapa kemasan yang terbuat dari film antara lain; *selopan, polyethylene, polypropylene (pp), polystyrene (ps), polyvinyl chlorida (pvc), polyester, polyviniliden chlorida (saran), nilon, selulosa asetat, karet hidroklorida, metil selulosa, kloro-trifluoro-etilena (CTFE), polycarbonate, evakopolimer, fluorokarbon dan polyuretane*. Kemasan film dapat digunakan sebagai pembungkus, kantong, tas dan sampul, mengemas tembakau, biskuit, kabel, tekstil, pupuk, pestisida, obat – obatan, mentega, produk kering untuk para astronout dan sebagainya.

8) Foil

Foil adalah suatu lembaran dari bahan logam yang mempunyai ketebalan kurang dari 0.15 *mm*. Kemasan ini mempunyai posisi yang penting dalam pengemasan, karena permukaannya yang mengkilap dan menarik untuk dipandang. Foil yang mempunyai ketebalan antara 0.0375 – 0.1125 *mm* digunakan untuk membuat kemasan semi kaku. Aluminium foil mempunyai sifat kedap air yang baik, permukaannya dapat memantulkan cahaya sehingga penampilannya menarik, permukaannya licin, dapat dibentuk sesuai dengan keinginan dan mudah dilipat, tidak terpengaruh oleh sinar, tahan terhadap temperatur tinggi sampai di atas 290° C, tidak berasa, tidak berbau, tidak beracun dan higienis. Kemasan foil dapat digunakan untuk mengemas roti, makanan beku, obat – obatan, bahan farmasi, bahan kimia, makanan yang higroskopis, jam, selai dan saos. Bila digunakan untuk mengemas makanan biasanya foil diletakkan pada bagian dalam, namun bila untuk tujuan dekoratif maka foil diletakkan pada bagian luar.

Bentuk kemasan dapat digolongkan menjadi 3 golongan besar, yaitu: kaku, semi kaku dan fleksibel. Kemasan kaku adalah kemasan yang tidak tahan terhadap benturan, akan tetapi keras. Bentuk – bentuk kemasan dapat digolongkan lagi berdasarkan bahan kemasan yang digunakan, antara lain ; dari kayu, *nailed box, wire bound box, crate, basket dan barrel*. dari logam: *drum, pail, kaleng logam dan colapsible tube*; dari gelas: *botol, jar, tumbler, jug, carboy, vial dan ampul*. Kemasan semi kaku adalah kemasan yang bentuknya tidak dipengaruhi oleh bentuk produk kemasannya, namun dapat ringsek bila diberikan tekanan yang berlebih. Contohnya: wadah aluminium, *folding carton, set-up box* dan sebagainya.

Kemasan fleksibel adalah kemasan yang bentuknya dapat berubah – ubah sesuai dengan bentuk produk yang dikemasnya. Beberapa bentuk kemasan fleksibel antara lain: kantong kertas, kantong ber dinding banyak, kantong plastik, karung plastik dan sebagainya. Dalam industri pengemasan juga dikenal adanya *coating* dan *laminasi*. *Coating* adalah pelapisan bahan kemasan dengan berbagai macam bahan seperti *resin, plastik dan wax* dengan tujuan sebagai pelindung dan dekorasi. Sedangkan *laminasi* adalah kombinasi dari 2 atau lebih lapisan kertas, foil dan kain digabungkan dengan bantuan perekat dengan menggunakan panas atau tekanan. Proses laminasi yang utama yaitu: laminasi basah, laminasi kering, laminasi panas, laminasi cair dan laminasi ekstruksi.

### 3. Permasalahan Mitra

Salah satu persoalan penting yang dihadapi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di DIY adalah kemasan produk. Mayoritas pemain bisnis kecil dan skala rumahan tersebut mengemas produk asal-asalan dikarenakan ada sebagian yang memiliki persepsi bahwa yang penting isi atau kualitas produknya, kemasan tidak dianggap penting karena pada akhirnya akan dibuang, tanpa kemasan yang bagus produk sudah laku, dan seterusnya. Sebagian lainnya menganggap kemasan menjadikan harga produk mahal, karena dibutuhkan tambahan biaya untuk membeli alat-alat kemasan. Selama ini masih banyak yang memilih kemasan biasa-biasa saja untuk menekan harga produk. Masih kurangnya kesadaran UMKM akan pentingnya kemasan produk, baik itu produk makanan, minuman maupun ragam produk lainnya menjadikan tampilan produk kurang menarik minat konsumen untuk membeli. Kemasan pada dasarnya memiliki fungsi selain melindungi produk itu sendiri juga menjadikan tampilan produk menarik, berbeda dengan produk pesaing dan, kemasan yang lebih baik akan meningkatkan nilai jual produk,

Mayoritas produk UMKM khususnya yang bergerak dalam jenis produk makanan dan minuman belum memenuhi standar kemasan hingga mencapai 90% dari total unit usaha (tempo.co, 2018). Untuk menjawab permasalahan ini kementerian Koperasi dan UKM terus mendorong UMKM menerapkan standard minimal produk agar dapat bersaing, salah satunya dalam hal pengemasan yang memenuhi standard untuk mendorong pertumbuhan khususnya usaha makanan dan minuman. Dalam peningkatan kualitas kemasan produk, para pengusaha UMKM memiliki beberapa kendala seperti pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan produknya, disain kemasan, ketersediaan kemasan yang diperlukan dan jumlah minimal yang harus dibeli.

UMKM khususnya usaha rumah tangga yang ada di RT 07 Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul mayoritas bergerak dibidang usaha makanan dan minuman. Sampai sejauh ini disain kemasan masih dikelola dengan cara tradisional yang sederhana dan individual. Kemasan yang digunakan al kadarnya bahkan terkadang kurang memenuhi aspek estetika atau keindahan, faktor keamanan produk dan terkadang berbahaya dari segi kesehatan karena menggunakan kemasan bahan kimia. Disamping itu pembelian alat kemasan dan bahan-bahannya masih sendiri-sendiri belum dikelola bersama-sama, hal ini berakibat harga per unitnya menjadi lebih mahal dan tidak efisien.

### 4. Metode Penerapan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat adalah metode ceramah (presentasi), *brainstorming* dan demonstrasi mengenai pengenalan bentuk dan disain kemasan. Apa yang dimaksud dengan metode ceramah dalam pengabdian ini? metode ceramah merupakan metode yang cara menyajikan informasi melalui penuturan secara lisan atau penjelasan langsung kepada warga sebagai mitra dengan mempresentasikan materi menggunakan LCD dan power point. Metode ini dipilih untuk menyampaikan berbagai informasi tentang pentingnya disain dan kemasan produk bagi UMKM. Pada saat presentasi dilakukan warga mitra dapat langsung bertanya dan mendiskusikan apa saja yang sekiranya belum jelas kepada nara sumber tanpa harus menunggu saat tanya jawab.

Dalam pelaksanaan metode ceramah ini Pelaksanaan metode ceramah ini didukung dengan mikrofon untuk memperjelas penyampaian materi secara lisan, LCD dan Lap Top untuk membantu menayangkan point-point materi dengan gambar-gambar yang menarik dan tayangan video contoh-contoh kemasan yang menarik, unik dan bagaimana proses pengemasan dilakukan terutama untuk usaha kecil menengah. Akhir sesi ceramah dilanjutkan dengan tanya jawab dan diskusi untuk memperjelas sekaligus mengevaluasi sejauhmana warga mitra memahami materi ceramah.

Adapun tahapan pelaksanaan kegiatan secara rinci dari pelatihan desain dan kemasan yang dilakukan di RT.07, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul, adalah sebagai berikut:

- a. Pertemuan dengan warga pada saat musyawarah rukun tetangga.
- b. Mengemukakan peluang dan permasalahan yang terkait dengan UMKM

- c. Mengedukasi pentingnya disain dan kemasan.
- d. Mendemonstrasikan contoh-contoh kemasan yang baik.
- e. Merancang langkah-langkah tindak lanjut terbentuknya embrio rumah kemasan.

## 5. Hasil dan Ketercapaian Sasaran

Salah satu persoalan penting yang dihadapi Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) di DIY adalah kemasan produk. Mayoritas pemain bisnis kecil dan skala rumahan tersebut mengemas produk asal-asalan dikarenakan ada sebagian yang memiliki persepsi bahwa yang penting isi atau kualitas produknya, kemasan tidak dianggap penting karena pada akhirnya akan dibuang, tanpa kemasan yang bagus produk sudah laku, dan seterusnya. Sebagian lainnya menganggap kemasan menjadikan harga produk mahal, karena dibutuhkan tambahan biaya untuk membeli alat-alat kemasan. Selama ini masih banyak yang memilih kemasan biasa-biasa saja untuk menekan harga produk. Masih kurangnya kesadaran UMKM akan pentingnya kemasan produk, baik itu produk makanan, minuman maupun ragam produk lainnya menjadikan tampilan produk kurang menarik minat konsumen untuk membeli. Kemasan pada dasarnya memiliki fungsi selain melindungi produk itu sendiri juga menjadikan tampilan produk menarik, berbeda dengan produk pesaing dan kemasan yang lebih baik akan meningkatkan nilai jual produk.

Mayoritas produk UMKM khususnya yang bergerak dalam jenis produk makanan dan minuman belum memenuhi standar kemasan hingga mencapai 90% dari total unit usaha (tempo.co, 2018). Untuk menjawab permasalahan ini kementerian Koperasi dan UKM terus mendorong UMKM menerapkan standard minimal produk agar dapat bersaing, salah satunya dalam hal pengemasan yang memenuhi standard untuk mendorong pertumbuhan khususnya usaha makanan dan minuman. Dalam peningkatan kualitas kemasan produk, para pengusaha UMKM memiliki beberapa kendala seperti pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan produknya, disain kemasan, ketersediaan kemasan yang diperlukan dan jumlah minimal yang harus dibeli.

UMKM khususnya usaha rumah tangga yang ada di RT 07 Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul mayoritas bergerak dibidang usaha makanan dan minuman. Sampai sejauh ini disain kemasan masih dikelola dengan cara tradisional yang sederhana dan individual. Kemasan yang digunakan al kadarnya bahkan terkadang kurang memenuhi aspek estetika atau keindahan, faktor keamanan produk dan terkadang berbahaya dari segi kesehatan karena menggunakan kemasan bahan kimia. Disamping itu pembelian alat kemasan dan bahan-bahannya masih sendiri-sendiri belum dikelola bersama-sama, hal ini berakibat harga per unitnya menjadi lebih mahal dan tidak efisien.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat tentang pengenalan disain dan kemasan produk untuk UMKM di RT 07, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul telah dilaksanakan pada hari Minggu, 2 Januari 2020. Kegiatan dilaksanakan bersamaan dengan pertemuan rutin ibu-ibu PKK RT 07. Sebanyak 33 orang hadir dalam kegiatan ini, namun tidak semua mengisi daftar hadir karena beberapa warga sudah lanjut usia dan hanya 28 yang mengisi daftar hadir, sebageian dari ibu-ibu tersebut memiliki usaha kecil.

Kegiatan pengabdian dimulai dengan terlebih dahulu berdo'a dan menyanyikan lagu mars PKK yang dipimpin oleh Ibu ketua PKK RT 07, kemudian dilanjutkan dengan memperkenalkan kegiatan pengabdian ini sekaligus personil pelaksana pengabdian masyarakat. Acara dilanjutkan dengan pemaparan materi pengenalan pentingnya disain dan kemasan oleh Bapak Dr.Mathori, MSi dan Ibu Dr. Uswatun Chasanah, SE, MSi.

Bapak Dr.Mathori, M.Si mengawali dengan membuka acara dan menjelaskan maksud dan tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini kepada warga mitra yang datang. Di kemukakan bahwa masalah UMKM salah satunya yang cukup menonjol adalah kemasan produk. Produk yang dibuat UMKM rata-rata bagus, memiliki rasa enak, penampilan produknya menarik, harga bersaing namun kurang menarik dalam kemasan. Hal ini juga terjadi pada pengusaha kecil yang tinggal di RT 07, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul. Untuk itu perlu sosialisai penyadaran akan pentingnya disain dan kemasan yang higienis, bersaing dan menarik pada pengusaha kecil, agar tumbuh keasadaran untuk

memulai mengemas produknya dengan lebih baik tidak asal-asalan. Setelah pembukaan dilanjutkan dengan pemaparan materi dilakukan melalui penayangan *power point* oleh Ibu Dr. Uswatun Chasanah, SE, MSi dan warga memperhatikan setelah terlebih dahulu masing-masing warga diberikan *hand out* yang berisi materi yang diceramahkan. Penjelasan materi dengan terlebih dahulu melakukan *brainstorming* kepada mitra apa yang mereka ketahui dengan kemasan dan menjelaskan apa kegunaan kemasan menurut warga mitra. Materi dilanjutkan dengan memperkenalkan berbagai teknologi dan inovasi kemasan yang berkembang saat ini dan produk UMKM meskipun sederhana perlu memperhatikan pentingnya kemasan untuk kesehatan dan menariknya produk di mata pembeli. Disampaikan bahwa produk yang dijual UMKM termasuk produk ibu-ibu RT 07 Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul sudah bagus tampilannya, bervariasi dan enak, namun penampilan kemasan kurang menarik dan kurang memperhatikan aspek kesehatan, sebagaimana contoh penjual gorengan menggunakan kemasan kertas bekas yang minyaknya terlihat diserap pada kertas bekas, sehingga makanan yang ada tercampur dengan tinta tulisan yang ada pada kertas tersebut. Persepsi selama ini terutama yang memproduksi makanan adalah yang penting produk makanan yang dijual enak, murah, begini saja sudah laku, kemasan akan dibuang masih tertanam kuat dan ini dibuktikan dari data Tempo (2018) 90% produk makanan dan minuman UMKM di Indonesia belum memenuhi standar kemasan. Dalam presentasi dijelaskan bahwa kemasan tidak hanya sekedar wadah atau pemungkus produk, namun memiliki beberapa kegunaan (fungsi). Kemasan memiliki banyak fungsi baik fungsi protektif maupun fungsi promosi. Fungsi protektif yaitu fungsi kemasan sebagai pelindung dari sesuatu yang dapat merusak produk, baik itu makanan, minuman atau produk lainnya. Perlindungan ini sangat penting untuk menjaga kualitas produk dari perubahan cuaca juga pada waktu produk didistribusikan kepada pembeli. Adapun fungsi promosi adalah fungsi kemasan sebagai media promosi pemasaran, di dalam kemasan dapat menyebutkan merek produk, kadaluarsa, dan kata-kata iklan lainnya. Fungsi promosi dibuat semenarik mungkin dari berbagai sisi baik komposisi warna, model, gambar, ukuran dan lain-lainnya. Selanjutnya dijelaskan berbagai ciri-ciri kemasan yang baik, antara lain bahwa kemasan harus aman dan sehat (terhindar dari toxin), mudah dibuka dan ditutup, dapat dikenali identitas produknya, indah tampilannya, menyertakan informasi tentang produk dan izin dari pihak-pihak terkait.

Warga masyarakat menunjukkan antusias dari kegiatan ini dan berharap program segera bisa ditinjau lanjut karena memang kenyataannya banyak warga mitra kurang tahu bagaimana membuat atau memilih kemasan yang baik. Pada umumnya mereka memandang bahwa kemasan akan dibuang sehingga daripada menggunakan kemasan yang bagus akan mubazir. Secara garis besar pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik karena muncul kesadaran bahwa perlu memperhatikan bahkan mengimplementasikan kemasan produk yang baik, menarik dan higienis sehingga kedepan diharapkan produk akan semakin meningkatkan minat pembeli.

Solusi yang ditawarkan terkait dengan masalah kemasan produk di RT.07, Salakan, Bangunharjo, Sewon, Bantul adalah pelatihan tentang membuat kemasan dengan sasaran jangka panjang terbentuknya rumah kemasan sederhana (*packaging house*). Harapannya akan ada sinergi berupa stimulan dari Dinas Kementerian Koperasi dan UMKM berupa *Filling Bottle Machine* (alat kemasan botol), *Continuous Sealer* (Mesing Penutup Kemasan), *Vacuum Package*, *Automatic Packing Machine* (alat pengemas otomatis) serta alat pendukung lainnya. Keberadaan rumah kemasan ditujukan untuk peningkatan daya saing produk lokal melalui pendekatan kemasan.

Adapun target luaran yang ingin dicapai dari kegiatan ini adalah:

- a. Penggiat UMKM mengetahui apa yang dimaksud dengan kemasan dan macam-macam kemasan.
- b. Penggiat UMKM mengetahui pentingnya kemasan untuk daya saing.
- c. Penggiat UMKM mampu mendisain kemasan yang menarik
- d. Terbentuk embrio rumah kemasan.

## 6. Kesimpulan dan Saran

### Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan kegiatan pengabdian masyarakat pengenalan disain dan kemasan produk UMKM di RT 07, Salakan, Bangunharho, Sewon, Bantul sebagai berikut:

- a. Pengenalan dan pelatihan disain dan kemasan produk UMKM dapat meningkatkan kesadaran warga akan pentingnya mengelola kemasan produk yang lebih baik, lebih bersih, lebih sehat dan lebih menarik.
- b. Kegiatan ini didekati dengan metode ceramah, tanya jawab dan diskusi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman warga mitra.
- c. Embrio rumah kemasan dapat ditindak lanjuti menjadi wadah media belajar bagi para pengusaha kecil untuk meningkatkan pemahaman dan praktik membuat kemasan.

### Saran

- a. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat ditindaklanjuti, didampingi dan selanjutnya dapat terbuka kemitraan yang lebih luas yang bermanfaat bagi warga.
- b. Guna mendukung pengusaha kecil dan UMKM lebih berdaya kegiatan ini dapat dilanjutkan di tempat lain.

### Daftar Pustaka

- [1] Dataku (2019), Jumlah UKM di DIY, Bappeda.jogjaprovo.go.id.
- [2] Kotler, Philip dan Armstrong, Gary (2001), Prinsip-prinsip Pemasaran, Jakarta: Erlangga.
- [3] Rahmawati, Fitri (2003), Materi Pelatihan Kewirausahaan bagi Kelompok UPPKS dan BPPM DIY: Pengemasan dan Pelabelan, Yogyakarta 9-11 September.
- [4] Sandi, Fajar Billy (2019), "5 Permasalahan UMKM yang sering terjadi di Indonesia dan Solusinya", <https://www.online-pajak.com/permasalahan-umkm>
- [5] Sarimonang Sihombing dan Darna Sitanggang (2018), "Analisis Desain produk dan Jasa", JRAK, Vol. 4 No. 2, September 2018, Hal. 137-156
- [6] Tjiptono, Fandy (1997), Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Andi Offset
- [7] TribunJogja (2016), LIPSUS: 95% Perekonomian DIY Disumbang oleh UMKM
- [8] Umdiana, Nana, Sri Suprihatin, Neneng dan Kodriyah (2018), Pengembangan UKM Melalui Desain Produk dan Kemampuan Bersaing, Sembadha, 2018, Volume 01, Edisi 01.

HOME / Editorial Team

## Editorial Team

### Editorial in Chief

**Dr. Dwi Novitasari, S.E., M.M.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

### Editorial Board

**Dr. Eni Andari, S.E., M.Si**

Universitas Janabadra, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

**Dr. Muhammad Subkhan, M.M.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

**Linawati, S.E., M.Si**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

**Evi Rosalina Widyayanti, S.E., M.M.**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

**Khoirunisa Cahya Firdarini, S.E., M.Si**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta, Indonesia

Profile | [Google Scholar](#) | [Scopus](#)

Publication and Content Editor:

**Isty Murdiani, S.E.**

#### Make a Submission

#### INFORMATION

[For Readers](#)

[For Authors](#)

[For Librarians](#)

#### EDITORIAL POLICIES

[Publication Ethic](#)

[Editorial Team](#)

[Reviewer](#)

[Focus and Scope](#)

[Author Guidelines](#)

[Peer Review Process](#)

[Publication Frequency](#)

[Publication fee](#)

[Plagiarism Checker](#)

[Copyright Notice](#)

[Open Access Policy](#)

[Ethical Statement](#)

[Publisher](#)

#### ARTICLE TEMPLATE



#### ISSN

eISSN 3026-6297

ISSN 3026-6297



#### TOOLS

[zotero](#)

[Mendeley](#)

#### INDEXING LIST



#### Support By



#### VISITORS

00000007