



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Nomor : K/UBL/FKDK/000/005/02/26**

**TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDHARMA PERGURUAN TINGGI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan peran Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk memiliki *roadmap* penelitian, menyusun rencana atau proposal penelitian, melaksanakan penelitian, dan menyusun karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta
Pada Tanggal : 23 Februari 2026
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur

Nomor : K/UBL/FKDK/000/005/02/26

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2025/2026

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.
2.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom., M.Ds.
3.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom.
4.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom.
5.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M.
6.	Anindya Putri Pradiptha, S.Hum., M.Hum.
7.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom.
8.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom.
9.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom.
10.	Benny Muhdaliha, S.Sn., M.Sn.
11.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom.
12.	Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D.
13.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds.
14.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn.
15.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si.
16.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom.
17.	Dominggo Subandrio, S.Sn., M.I.Kom.
18.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si.
19.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom.
20.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
21.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom.
22.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn.
23.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si.
24.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si.
25.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si.
26.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si.
27.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom.
28.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si.
29.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom.
30.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom.
31.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom.
32.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn.
33.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom.
34.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom.
35.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.
36.	Ilham Akbar Afandi, S.I.Kom., M.I.Kom.
37.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si.
38.	Julaiha Probo Anggraini, S.Si, M.Kom.
39.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom.
40.	Lies Andayani, S.Pd., M.Pd.
41.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si.
42.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si.
43.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom.
44.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K.
45.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom.
46.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.
47.	Nurfitrihanah Octavianingrum Raharjo Putri, S.Sn., M.Sn.
48.	Prof. Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom.
49.	Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.
50.	Prof. Dr. Umainah, S.Fil., M.Si.
51.	Putro Nugroho, S.S.T., M.I.Kom
52.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom.
53.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom.
54.	Rama Romindo Utomo, S.H., M.I.Kom.



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

NO	N A M A
55.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom., M.I.Kom.
56.	Ria Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom.
57.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn.
58.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom.
59.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom.
60.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom.
61.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si.
62.	Sinta Dwi Utami, S.I.P., M.I.Kom.
63.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom.
64.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom.
65.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom., M.Ds.
66.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si.
67.	Yori Pusparani, S.Ds., M.Ds., Ph.D
68.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom.
69.	Yuliana Choerul Reza, S.I.Kom., M.I.Kom.
70.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Februari 2026

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati

Skema Pendanaan: PKM Berbasis Teknologi

LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



**INOVASI DESAIN KEMASAN BERBASIS TEKNOLOGI SEBAGAI
PENDUKUNG PEMASARAN HASIL PERTANIAN PADA KELOMPOK TANI
BERDIKARI DESA SUMBAKELING, PANCALANG, JAWA BARAT**

TIM PELAKSANA

Ketua : Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom. (010014)
Anggota : Drs. Ahmad Pramegia, M. I.kom (080027)
Anita Diana, S.Kom., M.Kom. (050022)

**FAKULTAS/PUSAT STUDI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Agustus 2026**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Judul Kegiatan : Inovasi Desain Kemasan Berbasis Teknologi Sebagai Pendukung Pemasaran Hasil Pertanian Pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Pancalang, Jawa Barat

Ketua Pelaksana

- a. Nama Lengkap : Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.
- b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 010014 / 0306017602 / 6856792
- c. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
- d. Program Studi : Ilmu Komunikasi
- e. Nomor HP : 081316265834
- f. Alamat e-mail : mulyati@budiluhur.ac.id

Anggota (1)

- a. Nama Lengkap : Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
- b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 080027 / 0331056606 / 5982999

Anggota (2)

- a. Nama Lengkap : Anita Diana, S.Kom., M. Kom
- b. NIP/NIDN/ID-SINTA : 050022 / 0316068301 / 6043837

Mahasiswa (1)

- a. Nama Lengkap : Dita Ramadhanti
- b. NIM : 2412500676

Mahasiswa (2)

- a. Nama Lengkap : Intan Al Bukary
- b. NIM : 2412501047

Institusi Mitra

- a. Nama Mitra : Salman Parisi
- b. Alamat : Dusun Tiga Pahajen RT 02 RW 05, Desa Sumba Keling

Lama Kegiatan : 4 bulan

Biaya Kegiatan

- a. Sumber Universitas Budi Luhur : Rp. 6.000.000,-
- b. Sumber lain (sebutkan jika ada) : Rp. -

Jakarta, 01 Agustus 2026

Mengetahui,



Dekan Komunikasi & Desain Kreatif

(Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si.)

NIP. 050091

Ketua Pelaksana

(Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.)

NIP. 010014

Menyetujui,

Direktur Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat

(Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.)

RINGKASAN

Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Desa Sumbakeling, Pancalang, Kuningan, Jawa Barat. Berdasarkan observasi diketahui bahwa mayoritas penduduk Desa Sumbakeling mempunyai mata pencaharian sebagai petani. Beberapa hasil pertanian diolah menjadi makanan khas lokal seperti opak melinjo atau emping. Salah satu kendala utama yang dihadapi petani adalah kurangnya inovasi dalam desain kemasan produk. Produk pertanian unggulan yang masih dipasarkan tanpa kemasan yang menarik atau tidak sesuai standar pasar sehingga daya tariknya kurang diminati dimata konsumen serta tentunya lebih rendah dibandingkan produk pesaing. Kemasan yang tidak fungsional atau estetik juga berdampak pada persepsi kualitas produk yang berdampak pada nilai jual. Selain itu, branding dan promosi produk dari Desa Sumbakeling masih terbatas sehingga masih banyak pelaku usaha tani belum memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam menciptakan identitas kemasan visual yang menarik untuk produk yang dipasarkan seperti desain logo, pemilihan warna atau tampilan visual lainnya yang menggambarkan keunggulan produk. PKM ini bertujuan untuk mengembangkan inovasi kemasan dalam meningkatkan daya tarik konsumen serta memperluas jangkauan pemasaran produk. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dan observasi terhadap praktik kemasan produk pada sektor UMKM. Inovasi kemasan yang efektif mencakup aspek desain visual dan pemilihan bahan ramah lingkungan. Implementasi kemasan inovatif diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi produk dalam persaingan, baik di pasar konvensional maupun digital. Dengan pengembangan diharapkan mampu menjadi solusi strategis dalam mengatasi permasalahan pemasaran hasil pertanian melalui peningkatan nilai tambah produk, perluasan jangkauan pasar, serta penguatan hubungan antara petani dan konsumen.

Kata Kunci; Inovasi; Kemasan; Produk Pertanian; Pemasaran; Merek

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang berjudul “Inovasi Desain Kemasan Berbasis Teknologi Sebagai Pendukung Pemasaran Hasil Pertanian Pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Pancalang, Jawa Barat” dapat selesai dengan baik. PKM ini merupakan bentuk penerapan Tridharma Perguruan Tinggi yang ditugaskan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.

Dalam kesempatan ini, ucapan terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak ikut berperan sejak awal proposal diajukan hingga laporan selesai:

1. Julian Bongsoikrama, B.A., M.Sc., selaku Ketua Badan Pengurus Harian Yayasan Budi Luhur Cakti yang telah membiayai kegiatan ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Prof. Dr. Agus Setyo Budi, M.Sc., selaku Rektor Universitas Budi Luhur yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama penulis menempuh pendidikan.
3. Bapak Dr. Rocky Prasetyo Jati, M.Si., selaku Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
4. Bapak Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A., selaku Direktur Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur.
5. Rekan-rekan dosen seperjuangan yang telah memberikan semangat dan kerja sama yang baik sejak pengajuan proposal hingga dalam penyusunan laporan ini.

Laporan Pengabdian kepada Masyarakat ini masih banyak kekurangan, kritik, saran dan masukan yang membangun demi pengembangan penelitian berkelanjutan di masa yang akan datang dibutuhkan agar dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi tambahan referensi dalam bidang yang relevan.

Tim Pelaksana

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	2
RINGKASAN	3
DAFTAR ISI	5
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR.....	8
BAB I PENDAHULUAN	9
1.2 Analisis Situasi.....	9
1.2 Permasalahan Mitra.....	10
BAB II SOLUSI.....	13
2.1 Solusi yang ditawarkan	13
2.2 Target	16
BAB III METODE PELAKSANAAN	20
3.1 Tahapan Kegiatan.....	20
3.2 Partisipasi Mitra	24
3.3 Program Berkelanjutan.....	24
3.4 Peran dan Tugas	25
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	26
4.1 Analisis Produk dan Permasalahan.....	26
4.2 Tahap Inovasi Kemasan Produk	28
4.3 Pemasaran	29
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	31
5.1 Kesimpulan	31
5.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN	35
Lampiran 1. Realisasi Biaya.....	35
Lampiran 2. Gambaran IPTEKS	36
Lampiran 3. Peta Lokasi Mitra.....	37
Lampiran 4. Surat Pernyataan Kesiadaan Kerja Sama Mitra.....	38
Lampiran 5. Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan PKM	39
Lampiran 6. Catatan Harian	40
Lampiran 7. Daftar Hadir Pelaksanaan Kegiatan	41
Lampiran 8. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan	42
Lampiran 9. Artikel Ilmiah (draft).....	45

Lampiran 10. Publikasi di Media Masa Cetak/Elektronik.....	52
Lampiran 11. Modul/Materi Kegiatan.....	53
Lampiran 12. Berita Acara Serah Terima (BAST) Teknologi dan Inovasi.....	57
Lampiran 13. HKI.....	58

DAFTAR TABEL

Table 1. Permasalahan dan Solusi	14
Table 2. Target dari Solusi Permasalahan	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Desa Sumbakeling.....	9
Gambar 2. Emping dalam Kemasan Sederhana.....	11
Gambar 3. Emping dengan kemasan inovatif.....	11
Gambar 4. Tahapan Penelitian	20
Gambar 5. Penduduk dengan Pohon Melinjo	26
Gambar 6. Kegiatan Penduduk Dalam Mengolah Biji Melinjo	27
Gambar 7 Desain Kemasan	29
Gambar 8. Desain Nama Merek Produk UMKM	29
Gambar 9. Halaman Produk Pada Platform Digital.....	30
Gambar 10. Kegiatan UMKM.....	30

BAB I PENDAHULUAN

1.2 Analisis Situasi

Desa Sumbakeling merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pancalang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Batas wilayah Desa Sumbakeling yaitu sebelah utara berbatasan dengan Desa Danalampah, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Patalagan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pancalang, sebelah timur berbatasan dengan Desa Patalagan dan Desa Cipinang Kabupaten Cirebon. Peta wilayah Desa Sumbakeling seperti pada Gambar 1 berikut ini;



Gambar 1. Desa Sumbakeling

Pada peta wilayah terlihat jelas perbatasan Desa Sumbakeling dengan desa lainnya di Kecamatan Pancalang. Desa Sumbakeling dipimpin oleh seorang kepala desa yang bernama Didi Rohidin, dengan jumlah penduduk berjumlah 1.936 Jiwa (1). Sebagian besar masyarakat Desa Sumbakeling khususnya mereka yang masih dalam usia yang masih produktif mempunyai pekerjaan di kota-kota besar terutama jabodetabek, selebihnya mempunyai mata pencaharian sebagai petani. Sumber pendapatan penduduk lainnya dari wiraswasta atau sebagai karyawan.

Luas wilayah seluruhnya adalah 115,084 Ha dan berada pada ketinggian 290 MDPL dengan iklim tropis. Secara administratif Desa Sumbakeling terdiri dari 5 (Lima) RW dan 11 (Sebelas) RT yang dibagi menjadi 3 (Tiga) dusun yaitu Dusun Ajigulung – Kramat, Dusun Paledang - Babakan dan Dusun Pahajen. Desa Sumbakeling dipengaruhi oleh iklim tropis dan angin muson dengan temperatur bulanan berkisar antara 18 °C - 32 °C serta curah hujan berkisar antara 2.000 mm - 3.000 mm per tahun. Pergantian musim terjadi antara bulan November – Mei adalah musim hujan dan antara bulan Juni – Oktober adalah musim kemarau. Keadaan geografis tersebut sangat

penting untuk masyarakat yang berprofesi sebagai petani. Hampir seluruh masyarakat Sumbakeling adalah petani, selain menanam padi mereka juga menanam tanaman lainnya seperti palawija, ketela pohon, ubi jalar dan melinjo. Hasil peternakan yang sudah ada di Desa Sumbakeling, yaitu: kambing, ayam, itik (bebek) dan ikan.

Sektor pertanian dan peternakan merupakan tulang punggung peradaban manusia yang tidak hanya berperan dalam penyediaan pangan populasi dunia tetapi juga memengaruhi ekonomi, lingkungan dan stabilitas global (2). Sektor pertanian di Indonesia bahkan mampu bertahan terhadap guncangan pandemi COVID-19 yang mengganggu hampir semua sektor ekonomi. Sektor pertanian telah terbukti menjadi penyangga ekonomi dan ketahanan pangan nasional ketika pandemi tersebut melanda Indonesia dan dunia, tercermin dari pertumbuhan ekonomi sektor pertanian Indonesia yang secara konsisten positif. Secara spesifik, kinerja dan ketahanan relatif sektor pertanian dapat diamati pada beberapa indikator makro sektor pertanian lainnya (3).

Sektor pertanian memainkan peran fundamental dalam pembangunan ekonomi dan ketahanan pangan suatu daerah. Dari total luas wilayah 115,084 km², sekitar 60% merupakan lahan pertanian yang terdiri dari lahan sawah dan non-sawah dengan berbagai komoditas unggulan seperti padi, jagung dan hortikultura. Namun, potensi besar ini belum diimbangi dengan strategi pemasaran yang optimal, sehingga nilai tambah produk pertanian belum maksimal dinikmati oleh petani lokal (4). Situasi ini diperparah oleh terbatasnya akses pasar, lemahnya infrastruktur pemasaran dan rendahnya kapasitas petani dalam mengakses teknologi pemasaran modern. Fenomena ini menunjukkan urgensi pengembangan strategi pemasaran pertanian yang komprehensif dan adaptif dengan kondisi geografis serta sosio-ekonomi Desa Sumbakeling.

1.2 Permasalahan Mitra

Mayoritas penduduk desa (70%) mempunyai mata pencaharian sebagai petani, sehingga sektor pertanian menjadi tulang punggung ekonomi Desa Sumbakeling. Hasil utama dari sektor pertanian Desa Sumbakeling meliputi padi yang menjadi produk unggulan. Selain itu, desa ini menghasilkan jagung, ubi kayu, cabai rawit, tomat, melinjo serta berbagai buah-buahan seperti alpukat, mangga dan pisang.

Beberapa hasil pertanian diolah menjadi makanan khas lokal seperti melinjo, keripik pisang dan lainnya yang diproduksi oleh kelompok usaha tani setempat. Dengan dukungan dari pemerintah desa setempat, Desa Sumbakeling telah menjadi pusat pengembangan perkebunan, khususnya ubi, pisang serta melinjo yang mutunya telah diakui di pasar lokal. Namun demikian, meskipun telah menjadi model pengembangan perkebunan, potensi ekonomi desa ini belum sepenuhnya tergarap optimal, terutama dalam hal pemasaran produk.

Salah satu kendala utama yang dihadapi kelompok tani adalah kurangnya inovasi dalam desain kemasan produk. Saat ini, banyak produk pertanian

unggulan yang masih dipasarkan tanpa kemasan yang menarik atau sesuai standar pasar sehingga daya tariknya kurang begitu diminati di mata konsumen serta tentunya lebih rendah dibandingkan produk pesaing (5). Kemasan yang tidak fungsional atau estetik juga berdampak pada persepsi kualitas produk yang berdampak pada nilai jual. Contoh kemasan konvensional seperti pada Gambar 2 berikut ini;



Gambar 2. Emping dalam Kemasan Sederhana

Pada Gambar 2 terlihat hasil produk pertanian Kelompok Tani Berdikari sangat sederhana, bahkan sama sekali tidak menarik. Hal ini akan menurunkan harga jual karena tidak dapat bersaing. Kemasan dapat dibandingkan dengan desain dengan inovasi berbasis teknologi lebih menarik dan mempunyai daya jual tinggi (6). Contoh kemasan emping dengan desain inovatif dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut;



Gambar 3. Emping dengan kemasan inovatif

Selain itu, branding dan promosi produk dari Desa Sumbakeling masih terbatas sehingga masih banyak pelaku usaha tani belum memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam menciptakan identitas kemasan visual yang menarik untuk produk yang dipasarkan seperti desain logo, pemilihan warna atau tampilan visual lainnya yang menggambarkan keunggulan produk (7).

Kurangnya kemasan yang inovatif ini menyebabkan produk-produk Desa Sumbakeling masih dianggap “kalah kelas” untuk bersaing di pasar yang lebih luas baik di tingkat nasional maupun terlebih pada taraf internasional. Keterbatasan ini semakin ditambah dengan kurangnya akses terhadap pelatihan teknis yang sesuai. Pelaku usaha tani membutuhkan pelatihan spesifik mengenai desain kemasan baik secara aspek teknis seperti material, bentuk dan fungsi maupun estetika yaitu warna, grafik dan tipografi.

Desain kemasan yang baik dapat meningkatkan daya saing produk di pasar untuk menarik minat konsumen serta menciptakan citra produk yang lebih baik (8). Pada dasarnya potensi besar yang dimiliki Desa Sumbakeling memberikan peluang untuk perbaikan di sektor pertanian ini. Dengan inovasi desain kemasan yang dirancang sesuai kebutuhan pasar dan karakteristik produk, kelompok tani dapat meningkatkan daya tarik produknya. Inisiatif ini sejalan dengan komitmen Desa Sumbakeling sebagai desa swadaya terhadap pembangunan ekonomi berbasis pertanian berkelanjutan.

Desain kemasan yang inovatif dan mendukung pemasaran digital, produk pertanian Desa Sumbakeling dapat menjangkau pasar yang lebih luas, kemudian memperkuat identitas merek (9) serta diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi para petani di Desa Sumbakeling. Desa Sumbakeling juga memiliki dukungan dari berbagai program pemerintah, seperti *One Village One Product* (OVOP), yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong inovasi desain kemasan sebagai salah satu elemen strategis dalam pemasaran. Dengan pendekatan yang tepat, Desa Sumbakeling dapat memanfaatkan potensi ini untuk mengoptimalkan produk unggulannya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

BAB II SOLUSI

2.1 Solusi yang ditawarkan

Selain potensi dan dukungan yang tersedia, Desa Sumbakeling juga menghadapi tantangan lain yang perlu diatasi agar inovasi desain kemasan dapat diimplementasikan secara optimal (10). Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur dan sumber daya yang memadai untuk mendukung proses produksi kemasan yang berkualitas. Kelompok tani sering kali harus bergantung pada bahan kemasan yang murah dan tidak ramah lingkungan karena keterbatasan anggaran, sehingga produk mereka sulit bersaing dengan produk lain yang sudah menggunakan kemasan premium (11).

Dari sisi pemasaran, produk-produk Desa Sumbakeling belum memiliki narasi branding yang kuat untuk membedakan produk mereka dari kompetitor. Padahal, aspek promosi berupa cerita atau narasi mengenai desain kemasan bisa menjadi alat yang efektif untuk menarik perhatian konsumen, terutama konsumen yang peduli pada kualitas, keaslian dan keberlanjutan (12). Misalnya, narasi tentang proses pertanian pertanian dan perkebunan yang ramah lingkungan menjadi keunggulan Desa Sumbakeling atau nilai tradisional yang melekat pada makanan khas lokal dapat diintegrasikan ke dalam desain kemasan untuk memperkuat citra merek.

Kurangnya keterampilan dalam teknologi pemasaran digital juga menjadi penghalang bagi kelompok tani untuk memanfaatkan potensi pasar yang lebih luas. Sebagian besar pelaku usaha tani masih mengandalkan metode pemasaran konvensional dan belum memanfaatkan platform digital secara maksimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial untuk promosi, pemanfaatan fitur platform digital untuk meningkatkan penjualan atau penggunaan data analitik untuk memahami perilaku konsumen (13). Inovasi desain kemasan tidak hanya menjadi solusi untuk meningkatkan daya tarik produk, tetapi juga sebagai langkah awal dalam membangun strategi pemasaran yang lebih modern dan berdaya saing.

Kemasan yang menarik dan informatif dapat membantu memperkuat posisi produk di pasar sekaligus mempermudah proses pemasaran digital, seperti menarik perhatian konsumen melalui foto produk yang estetik dan profesional di platform online (14). Oleh karena itu, diperlukan program pelatihan yang

berkelanjutan bagi kelompok tani di Desa Sumbakeling untuk mengatasi tantangan ini.

Program ini tidak hanya mencakup pelatihan teknis dalam desain kemasan tetapi juga mencakup aspek pemasaran digital, manajemen branding, dan strategi distribusi. Dengan pendekatan ini, inovasi desain kemasan dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran yang efektif untuk menciptakan dampak jangka panjang bagi ekonomi desa (15). Di samping itu, dukungan dari institusi pendidikan, pemerintah, dan mitra industri juga sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program ini. Kolaborasi dengan institusi pendidikan dapat memberikan akses pada sumber daya manusia yang kompeten di bidang desain dan pemasaran, sementara pemerintah dapat memberikan insentif atau bantuan finansial untuk produksi kemasan berkualitas (16). Di sisi lain, mitra industri dapat menjadi jembatan untuk memperluas jaringan distribusi produk unggulan Desa Sumbakeling.

Kepala Desa Sumbakeling memutuskan untuk membentuk Kelompok Tani Berdikari dengan tujuan meningkatkan hasil pertanian masyarakat pedesaan sebagai fondasi pertumbuhan ekonomi desa. Kelompok ini berfokus pada optimalisasi hasil usaha pertanian di Desa Sumbakeling. Menurut Ketua Kelompok Tani Berdikari, Salman Parisi, hampir semua petani dan pelaku usaha di desa ini menghadapi masalah serupa terutama dalam hal inovasi desain kemasan sebagai pendukung pemasaran produk unggulan mereka. Seperti telah dijelaskan sebelumnya, bahwa permasalahan pada pertanian bersifat saling terkait, sehingga tidak dapat diselesaikan melalui pendekatan sepihak. Prioritas permasalahan yang harus dicari solusinya untuk dapat segera diselesaikan adalah pemasaran, hal terkait dengan pemasaran. Permasalahan Kelompok Tani Berdikari dan Solusi yang ditawarkan pengusul dapat dilihat seperti pada Tabel 1 sebagai berikut;

Table 1. Permasalahan dan Solusi

No.	Permasalahan	Keterangan	Solusi
1	Produk unggulan belum didukung desain kemasan yang inovatif	Meskipun Kelompok Tani Berdikari memiliki produk unggulan seperti beras, emping dan ubi, produk-produk ini belum dilengkapi dengan desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan standar pasar nasional	Pelatihan Desain Kemasan yang Inovatif

2	Kemasan masih konvensional	Kemasan yang digunakan saat ini cenderung sederhana dan kurang informatif sehingga tidak mampu menarik perhatian konsumen atau meningkatkan nilai jual produk. Hal ini menyebabkan produk sulit bersaing di pasar yang lebih luas.	Pembuatan Konten Visual Produk
3	Minimnya Pengetahuan dan Keterampilan dalam desain kemasan	Sebagian besar anggota Kelompok Tani Limus belum memiliki keterampilan dan pengetahuan tentang prinsip-prinsip desain kemasan yang baik, seperti estetika, fungsionalitas, dan penggunaan material ramah lingkungan. Kurangnya pemahaman ini membuat mereka kesulitan menciptakan kemasan yang dapat meningkatkan daya tarik visual produk mereka di pasar.	Pelatihan dan Pembinaan Strategi Branding dan Promosi
	Keterbatasan Petani untuk menciptakan kemasan inovatif	Petani dan pelaku usaha di Desa Sumbakeling sering mengalami keterbatasan dalam hal sumber daya manusia dan finansial. Keterbatasan ini menghambat kemampuan mereka untuk memproduksi kemasan dengan material dan desain yang berkualitas tinggi yang berakibat menggunakan bahan kemasan yang tidak mendukung daya tarik dan daya saing produk di pasar.	Pengembangan Operasional dan Manajemen Usaha
	Kurangnya Branding dan Narasi Produk pada Kemasan	Branding bermanfaat dalam membangun identitas dan meningkatkan pengakuan produk, sedangkan para petani dan pelaku usaha di Desa Sumbakeling belum memahami pentingnya branding dan storytelling pada kemasan. Narasi yang menceritakan keunggulan beras organik dan makanan khas lokal Desa Sumbakeling seperti proses organik yang ramah lingkungan	Optimalisasi Pemasaran Digital melalui Marketplace

		atau warisan tradisional produk belum tercirikan dalam desain kemasan mereka.	
	Persaingan yang Ketat di Pasar Lokal dan Nasional	Desa Sumbakeling menghadapi persaingan dari produsen lain yang juga memproduksi beras organik dan makanan olahan. Tanpa desain kemasan yang inovatif dan strategi branding yang menarik tentunya bagi produk Desa Sumbakeling cenderung kurang kompetitif dengan produk serupa yang memiliki tampilan kemasan yang lebih menarik.	Penggunaan Data dan Analisis untuk Pengambilan Keputusan
	Keterbatasan Akses Pasar akibat Kemasan yang Tidak Kompetitif	Kemasan yang tidak sesuai dengan standar pasar modern membuat produk Desa Sumbakeling sulit diterima oleh konsumen di luar wilayah Sumedang. Hal ini juga mengurangi peluang produk untuk menembus pasar e-commerce di mana visual kemasan menjadi hal utama dalam menarik perhatian konsumen.	Kolaborasi dan Pendampingan

Untuk mengatasi tantangan yang dihadapi Kelompok Tani Berdikari di Desa Sumbakeling, memutuskan untuk menjadikan inovasi desain kemasan menjadi pendekatan strategis yang dapat memperbaiki daya saing produk, meningkatkan nilai jual, dan memperluas jangkauan pasar.

2.2 Target

Target dari solusi ini akan diimplementasikan melalui serangkaian kegiatan pelatihan dan pendampingan dalam merancang kemasan yang inovatif dan kekinian dan berfokus pada strategi pemasaran. Adapun sasaran atau target dari pemasaran dan solusi yang diberikan dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut;

Table 2. Target dari Solusi Permasalahan

No.	Solusi	Keterangan	Target
1	Pelatihan Desain	Pelatihan desain kemasan akan difokuskan pada pengembangan kemasan yang	Desain kemasan yang baik, produk akan memiliki nilai tambah

	Kemasan yang Inovatif	tidak hanya menarik secara visual tetapi juga fungsional. Peserta akan dilatih untuk memahami elemen dasar desain seperti pemilihan warna, tipografi dan tata letak yang dapat menciptakan daya tarik di pasar. Selain itu, pelatihan akan mencakup pemilihan material berkualitas yang ramah lingkungan untuk meningkatkan daya saing produk.	yang membuatnya lebih kompetitif di pasar lokal dan nasional.
2	Pembuatan Konten Visual dan <i>Storytelling</i> Produk	Diberikan pelatihan dan workshop, peserta akan diberi pengetahuan visual produk dasar untuk kemasan dengan menggunakan yang menarik perhatian konsumen. Selain itu, pelatihan desain grafis akan membantu peserta menciptakan materi promosi seperti label, brosur, atau banner yang sesuai dengan identitas produk.	Narasi produk yang dimasukkan ke dalam desain kemasan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen.
3	Strategi <i>Branding</i> dan Promosi	Peserta akan diajarkan cara membangun identitas merek yang menarik, seperti pembuatan logo, slogan dan elemen visual lainnya yang mencirikan keunggulan produk. Peserta akan diberi pengetahuan cara membuat gambar menarik dan caption informatif untuk memaksimalkan interaksi dengan calon pelanggan.	Strategi promosi dapat mencakup penggunaan media sosial sebagai platform utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas
4	Optimalisasi Pemasaran Digital melalui Marketplace	Peserta akan diberikan pelatihan tentang cara membuat akun di <i>platform marketplace</i> , serta mengelola toko mereka secara efektif. Pelatihan ini akan mencakup cara menulis deskripsi produk yang menarik, memilih kata	Peserta paham mengenai pentingnya menjaga ulasan positif dari pelanggan untuk membangun reputasi produk yang baik.

		kunci yang sesuai untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencarian marketplace dan memanfaatkan fitur promosi berbayar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.	
5	Efisiensi Operasional dan Manajemen Usaha	Pelatihan ini akan mencakup pengelolaan stok produk agar sesuai dengan permintaan pasar sehingga tidak terjadi kekurangan atau kelebihan stok. Selain itu, peserta akan diajarkan cara memberikan layanan pelanggan yang baik, termasuk respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan konsumen.	Terbentuknya Kelompok Tani yang efisien yang akan membantu pelaku usaha mengalokasikan sumber daya mereka secara optimal untuk meningkatkan efisiensi bisnis.
6	Penggunaan Data dan Analisis untuk Pengambilan Keputusan	Peserta akan dilatih untuk memahami data penjualan dan perilaku konsumen melalui fitur analitik yang tersedia di marketplace. Dengan analisis ini, mereka dapat mengenali tren produk yang diminati dan menyesuaikan strategi pemasaran atau produksi untuk memenuhi permintaan pasar.	Kelompok Tani Berdikari mampu memahami pentingnya data dalam pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat sasaran.
7	Kolaborasi dan Pendampingan	Kelompok Tani Limus akan didorong untuk berkolaborasi dengan desainer profesional yang dapat memberikan bimbingan dan masukan berkelanjutan terkait desain kemasan. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait akan diupayakan untuk membantu menyediakan fasilitas produksi dan subsidi bahan kemasan yang berkualitas.	Dengan pendampingan ini, diharapkan produk-produk Desa Sumbakeling dapat terus berkembang dan bersaing di pasar yang lebih luas.

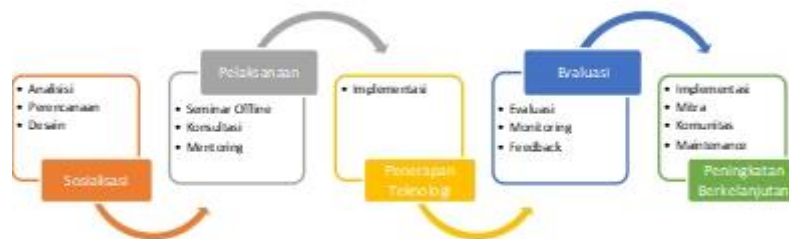
Untuk mendukung keberhasilan pelatihan tentang inovasi desain kemasan bagi petani dan pelaku usaha di Desa Sumbakeling, TIM Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Budi Luhur bermaksud untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Kelompok Tani Berdikari di Desa Sumbakeling, Pancalang, Kuningan secara terstruktur dan mencakup berbagai tahap yang saling mendukung.

BAB III METODE PELAKSANAAN

Metode tahapan pelaksanaan menunjukkan bahwa inovasi kemasan produk untuk peningkatan pemasaran tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang terstruktur dan berkelanjutan. Integrasi antara inovasi kemasan dan pemasaran produk hasil pertanian dengan pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci utama dalam menciptakan usaha yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga mampu menjawab permasalahan pemasaran yang selama ini dihadapi petani (17). Dengan pendekatan ini, diharapkan tercipta ekosistem agribisnis yang lebih efisien, inklusif dan berdaya saing.

3.1 Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4. sebagai berikut;



Gambar 4. Tahapan Penelitian

Metode tahapan pelaksanaan untuk mengembangkan inovasi kemasan, disusun secara sistematis dari identifikasi permasalahan hingga implementasi. Adapun penjelasan dari masing-masing tahapan diatas adalah sebagai berikut;

1. Tahap Sosialisasi,

a. Analisis Kebutuhan

Dilakukan survei dan wawancara dengan anggota Kelompok Tani Berdikari untuk memahami kebutuhan dan tantangan mereka terkait desain kemasan. Penilaian keterampilan awal peserta juga dilakukan untuk mengukur pemahaman mereka tentang desain, branding, dan pemasaran.

b. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan dirancang dalam bentuk modul pembelajaran yang mencakup dasar-dasar desain kemasan, branding, storytelling, dan pemasaran digital.

Materi tambahan seperti video tutorial, panduan praktis, dan referensi visual juga disiapkan untuk mendukung proses belajar.

c. Penentuan Narasumber

Dipilih narasumber yang ahli di bidang desain grafis, branding dan pemasaran digital. Peserta diberikan briefing mengenai tujuan pelatihan dan metode penyampaian materi agar sesuai dengan kebutuhan peserta.

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

a. Seminar Tatap Muka

Pelatihan dimulai dengan pembukaan yang menjelaskan tujuan kegiatan dan manfaatnya. Dilanjutkan dengan sesi teori tentang desain kemasan dan branding, diikuti praktik langsung seperti pembuatan desain kemasan, storytelling produk, dan simulasi pemasaran digital.

b. Platform dan Sumber Daya Online

Peserta diberikan akses ke platform online yang berisi materi tambahan, video tutorial, dan forum diskusi untuk mempermudah pembelajaran mandiri. Forum ini juga menjadi wadah bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan saling mendukung.

c. Sesi Konsultasi dan Mentoring

Disediakan sesi konsultasi individu untuk memberikan solusi atas permasalahan spesifik yang dihadapi peserta. Mentoring teknis juga dilakukan untuk membantu peserta yang memerlukan bimbingan lebih dalam, seperti pengelolaan desain atau pengaturan teknis marketplace.

3. Penerapan Teknologi

Tahap penerapan teknologi bertujuan untuk mengintegrasikan inovasi teknologi yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat guna meningkatkan efisiensi dan daya saing produk mereka. Pada tahap ini, masyarakat akan dilatih untuk memanfaatkan alat dan platform digital dalam mendukung pembuatan kemasan yang inovatif. Misalnya, menciptakan desain kemasan produk yang menarik dan sesuai dengan standar pasar. Selain itu, teknologi digital seperti platform marketplace akan diperkenalkan untuk membantu masyarakat memasarkan produk secara lebih luas.

Teknologi berbasis data seperti analisis penjualan online juga diterapkan untuk membantu masyarakat memahami tren pasar dan perilaku konsumen. Dengan penerapan teknologi ini diharapkan masyarakat Desa Sumbakeling dapat meningkatkan kualitas produk serta memperluas jangkauan pemasaran, serta mengelola bisnis mereka secara lebih modern dan efisien.

4. Tahap Evaluasi

a. Monitoring dan Evaluasi Progres

Evaluasi berkala dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan konsultasi untuk menilai efektivitas pelatihan. Peserta diminta untuk menunjukkan hasil desain kemasan dan strategi pemasaran yang telah mereka terapkan sebagai indikator keberhasilan pelatihan.

b. Pengumpulan Testimoni dan Ulasan Pelanggan

Masukan dari peserta dikumpulkan untuk memperbaiki materi dan metode pelatihan di masa mendatang. Analisis feedback ini akan menjadi dasar untuk merancang pelatihan lanjutan yang lebih spesifik sesuai kebutuhan.

5. Peningkatan Berkelanjutan

a. Pelatihan Lanjutan

Disediakan pelatihan lanjutan untuk membahas topik yang lebih spesifik, seperti optimalisasi pemasaran digital, desain visual tingkat lanjut, atau penggunaan alat desain modern.

b. Keterlibatan Pihak Terkait

Melibatkan pemerintah daerah, institusi pendidikan, dan mitra industri untuk memastikan keberlanjutan program. Kolaborasi ini juga bertujuan untuk memperluas jaringan pemasaran produk dan memberikan dukungan teknis bagi kelompok tani.

c. Komunitas Online

Diharapkan terbentuk komunitas online sebagai wadah bagi pelaku usaha Desa Sumbakeling untuk berbagi pengalaman, memperluas jejaring, dan saling memberikan dukungan dalam pengembangan produk.

d. Langkah Pasca Pelaksanaan

Kegiatan pasca pelaksanaan meliputi pembuatan laporan kegiatan, publikasi di media online, penulisan artikel ilmiah untuk jurnal pengabdian masyarakat, dan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atas desain kemasan yang dihasilkan. Selain itu, jejaring kerja sama diperkuat untuk mendukung pengembangan program dimasa depan. Berikut adalah uraian peran dan tugas dari masing-masing anggota tim sesuai dengan kompetensinya dan penugasan mahasiswa.

Program pelatihan inovasi desain kemasan diharapkan dapat mendukung pemasaran produk pertanian unggulan pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Kabupaten Kuningan. Desain kemasan yang inovatif menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing produk, menciptakan nilai tambah serta memperluas jangkauan pemasaran (18). Melalui pelatihan ini peserta akan dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam menciptakan kemasan yang menarik secara visual, ramah lingkungan dan sesuai dengan kebutuhan pasar.

Pelatihan ini didukung teknologi dalam membuat kemasan yang menarik dengan perangkat lunak desain grafis sebagai alat utama untuk menciptakan desain kemasan yang profesional dan menarik. Beberapa tools misalnya dipilih karena fleksibilitasnya dalam mendukung pembuatan elemen visual seperti logo, warna, tipografi dan ilustrasi. Peserta dilatih untuk mendesain kemasan yang merepresentasikan identitas produk pertanian unggulan seperti ubi, emping dan lainnya. Fokus pelatihan adalah menghasilkan desain yang mencirikan kualitas dan keunikan produk sehingga mampu menarik perhatian konsumen di pasar lokal maupun nasional.

Komponen desain juga mencakup pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan. Peserta akan diperkenalkan pada berbagai jenis bahan seperti plastik biodegradable, kertas kraft, dan alumunium foil yang dapat menjaga kualitas produk sambil tetap berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Pelatihan ini akan memandu peserta dalam menentukan bahan yang sesuai dengan karakteristik produk mereka, misalnya kertas kraft untuk opak atau plastik vakum untuk menjaga kesegaran beras organik. Diskusi tentang ukuran, bentuk, dan efisiensi penggunaan bahan juga menjadi bagian dari pelatihan, sehingga desain kemasan dapat mengoptimalkan aspek logistik dan distribusi.

Program ini juga menitikberatkan pada branding berbasis *storytelling* untuk menciptakan koneksi emosional antara produk dan konsumen. Kemasan akan dirancang dengan elemen narasi yang mencakup cerita asal-usul produk, proses pertanian atau tradisi lokal yang terlibat dalam pembuatan produk. Peserta dilatih untuk merancang deskripsi produk yang menarik dan menyampaikan pesan melalui elemen visual seperti ilustrasi, ikon, atau teks pada kemasan. *branding* yang kuat melalui kemasan ini diharapkan dapat membedakan produk Desa Sumbakeling dari pesaingnya.

Pelatihan ini juga mencakup penggunaan teknologi pencetakan modern untuk mewujudkan desain kemasan. Peserta akan diperkenalkan pada teknologi pencetakan seperti digital printing dan offset printing yang mampu menghasilkan kemasan berkualitas tinggi dengan biaya terjangkau. Simulasi pencetakan dilakukan untuk memastikan bahwa desain yang dihasilkan dapat diterapkan secara praktis pada skala produksi. Peserta akan diajarkan bagaimana mempersiapkan file desain yang siap cetak dan memilih teknik pencetakan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain fokus pada desain, program ini memberikan pelatihan tentang integrasi desain kemasan dengan pemasaran digital. Peserta diajarkan cara memanfaatkan visual dari kemasan sebagai elemen promosi di media sosial dan *platform marketplace*.

Materi pelatihan mencakup teknik fotografi produk, pengeditan gambar, dan pembuatan konten promosi yang menarik. Dengan strategi ini kemasan bukan saja

berfungsi sebagai pelindung produk namun juga sebagai alat pemasaran yang efektif. Selama pelatihan peserta juga akan diperkenalkan pada alat analisis pasar dan evaluasi desain. Mereka akan mempelajari cara menganalisis respons konsumen terhadap desain kemasan melalui survei atau testimoni pelanggan pada *marketplace*. Hal ini bertujuan untuk memberikan wawasan yang dapat digunakan untuk meningkatkan desain di masa depan. Peserta juga dilatih untuk mengevaluasi efektivitas kemasan dalam meningkatkan penjualan dan membangun loyalitas konsumen.

Sebagai pendukung keberlanjutan program, peserta akan mendapatkan pendampingan individu setelah pelatihan. Sesi konsultasi ini bertujuan untuk membantu mereka mengatasi tantangan spesifik yang dihadapi dalam implementasi desain kemasan. Dengan pendampingan ini, peserta dapat memaksimalkan potensi produk mereka dan memastikan bahwa hasil pelatihan dapat diterapkan secara optimal.

3.2 Partisipasi Mitra

Kelompok Tani Berdikari yang berperan sebagai mitra sangat diharapkan dapat aktif dalam kegiatan pemasaran hasil pertanian. Peran mitra sangat penting untuk memastikan kelancaran dan keberhasilan pelaksanaan program. Kelompok Tani dapat aktif dalam kegiatan untuk meningkatkan kualitas. Masyarakat juga diharapkan dapat aktif serta inovatif dalam pengembangan perluasan kemasamaan dalam hal ini masyarakat diminta untuk aktif dalam meningkatkan kemampuan dalam mendesain dengan mengikuti penyuluhan dan bimbingan.

Mitra dalam hal ini Kelompok Tani Berdikari juga akan diberikan pengetahuan mengenai teknologi digital agar dapat menjaga dan mengembangkan platform digital pemasaran hasil produknya. Mitra harus dilibatkan dalam proses penyuluhan dan pelatihan dalam mengembangkan inovasi pemuktahiran merek dagang. Kelompok Tani juga dapat dilibatkan dalam peningkatan literasi digital agar dapat mengikuti perkembangan teknologi untuk kepentingan pengembangan kemasan yang kekinian. Kelompok Tani dapat terlibat dalam mengembangkan platform digital pemasaran agar dapat memperbarui kemasan dalam produknya.

3.3 Program Berkelanjutan

Dalam mengukur kegiatan PKM apakah memberikan dampak yang berkelanjutan maka perlu evaluasi dengan mengukur dampak yang dihasilkan dari kegiatan ini. Program kegiatan pengembangan kemasan sebagai pendukung pemasaran hasil pertanian berbasis platform digital di Desa Sumbekeling dapat dilanjutkan dengan inovasi kemasan untuk memperluas pemasaran dengan menguatkan kualitas dan kemitraan. Desain kemasan yang inovatif mampu meningkatkan pemasaran pertanian yang sebelumnya bersifat tradisional menjadi lebih modern, efisien dan berkelanjutan. Hasil panen yang lebih banyak dan

berkualitas yang dapat diolah menjadi produk olahan dengan ciri khas sendiri sebagai produk unggulan daerah.

Hal tersebut dapat memperluas kerjasama sebagai program kegiatan PKM berkelanjutan. Kemitraan yang luas, dapat memperoleh lebih banyak sumber daya dan dukungan, yang memungkinkan program tersebut berkembang lebih jauh dan mencakup lebih banyak aspek kehidupan masyarakat desa.

3.4 Peran dan Tugas

1. Ketua

Menganalisis wilayah sasaran lalu melakukan observasi untuk mencari mitra dan menggali kebutuhan masyarakat yang berpotensi menjadi mitra. Membuat perencanaan pengajuan proposal, menyusun tim kemudian bersama tim menyusun proposal. Mengajukan kemitraan dengan masyarakat. Memberi arahan dan bertanggung-jawab dalam pelaksanaan kegiatan. Melakukan pengawasan dan mengevaluasi serta bersama tim membuat laporan.

2. Anggota 1

Mendampingi ketua untuk survey dan observasi wilayah. Menggali kebutuhan mitra lalu bersama tim menyusun proposal dan melakukan kegiatan PKM serta membuat laporan. Tugas utama adalah menganalisis permasalahan yang dihadapi petani. Kemudian memetakan permasalahan agar dapat dicari solusinya. Selain itu melakukan kegiatan PKM serta membuat laporan. Tugas utama adalah membuat publikasi, berita pada media online, video kegiatan, pelaporan keuangan dan laporan lainnya.

3. Mahasiswa 1

Membantu tim pengusul dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Tugas utama adalah mengumpulkan data berupa video dan foto disertai keterangannya, membantu mendesain dan membangun kebutuhan UMKM.

4. Mahasiswa 2

Membantu tim pengusul dalam pelaksanaan kegiatan. Tugas utama adalah memetakan data-data untuk kemudian dikelompokkan sesuai dengan kebutuhan, kemudian mendesain platform digital untuk UMKM.

5. Mahasiswa 3

Membantu tim pengusul dalam pelaksanaan kegiatan. Tugas utama adalah menggali kebutuhan petani untuk pemasaran hasil produknya, kemudian mendokumentasikan semua kegiatan selama kegiatan PKM berlangsung

BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Kegiatan dirancang sebagai penguatan rantai nilai (value chain) produk emping melinjo, dari segi kemasan untuk meningkatkan pemasaran. Tahapan kegiatan yang digunakan dalam pengabdian masyarakat sebagai program pengembangan UMKM desa.

4.1 Analisis Produk dan Permasalahan

1. Tahap Identifikasi Potensi dan Permasalahan

Pada tahap awal dilakukan survei dan observasi terhadap kondisi masyarakat penghasil melinjo untuk memetakan potensi sekaligus permasalahan usaha emping di desa. Kegiatan masyarakat Desa Sumbakeling seperti pada Gambar 5 berikut ini



Gambar 5. Penduduk dengan Pohon Melinjo

Kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi:

- a. Ketersediaan pohon melinjo dan kapasitas produksi biji melinjo.
- b. Jumlah masyarakat yang mampu dan belum mampu mengolah melinjo menjadi emping.
- c. Permasalahan pascapanen, seperti cepat busuknya biji melinjo dan rendahnya harga jual bahan mentah.
- d. Kondisi kelembagaan koperasi serta sistem pemasaran yang telah berjalan.

2. Tahap Penguatan Kelompok dan Tata Kelola Produksi

Setelah potensi dan masalah teridentifikasi, dilakukan penguatan kerja sama antara petani, pengrajin emping dan koperasi. Tujuannya agar sistem kemitraan yang jelas antara pemasok bahan baku, pengolah dan pemasar.

Gambar 6 merupakan bentuk kerja sama antara penduduk yang mempunyai pohon melinjo dengan penduduk yang mengolah biji melinjo menjadi emping



Gambar 6. Kegiatan Penduduk Dalam Mengolah Biji Melinjo

Kegiatan meliputi:

- a. Pembentukan atau penguatan kelompok usaha emping.
- b. Penyusunan mekanisme pembelian biji melinjo dari petani kepada pengrajin emping.
- c. Penyusunan standar kualitas bahan baku dan produk emping.
- d. Pembagian peran antara petani, pengrajin, dan koperasi.

3. Tahap Peningkatan Kapasitas Produksi Emping

Tahap ini bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengolah melinjo menjadi emping berkualitas. Kegiatan yang dilakukan:

- a. Pelatihan teknik pembuatan emping yang baik dan higienis.
- b. Pelatihan penggunaan peralatan produksi yang lebih efisien.
- c. Pendampingan proses produksi untuk menjaga kualitas produk.
- d. Transfer pengetahuan kepada masyarakat yang belum memiliki keterampilan membuat emping.

4. Tahap Pengolahan dan Pengendalian Mutu Produk

Untuk menghasilkan produk yang mampu bersaing di pasar, dilakukan standarisasi kualitas emping agar produk emping seragam dan memiliki kualitas yang terjamin. Kegiatan yang dilakukan mencakup

- a. Penyusunan standar ketebalan, ukuran, warna, dan tingkat kekeringan emping.

- b. Pelatihan penyimpanan produk agar tahan lama.
- c. Pengendalian mutu sebelum produk diserahkan ke koperasi.

4.2 Tahap Inovasi Kemasan Produk

Emping yang telah diproduksi selanjutnya dikemas secara modern agar memiliki nilai jual lebih tinggi. Produk emping dengan kemasan modern dan identitas merek yang kuat. Tahapan dalam memdesain kemasan adalah;

- a. Perancangan merek (branding) produk desa.
- b. Pembuatan logo dan identitas produk.
- c. Pelatihan desain kemasan modern dan informatif.
- d. Penggunaan kemasan yang menarik, higienis, dan sesuai standar pemasaran.

Untuk menentukan dan membuat kemasan yang inovatif serta modern pada produk emping, prinsip utamanya adalah kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran (marketing tool). Kemasan yang baik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk sehingga harga jual menjadi lebih tinggi.

1. Analisis Pasar dan Target Konsumen

Emping akan dipasarkan adalah produk yang disiapkan sebagai oleh-oleh khas Desa Sumbakeling, kemasan harus menonjolkan unsur budaya lokal dan cerita tentang emping sebagai produk unggulan desa.

2. Menentukan Konsep Inovasi Kemasan

Kemasan *standing pouch* saat ini banyak digunakan pada UMKM modern. Inovasi pada kemasan ini adalah;

- a. Dapat berdiri di rak.
- b. Tampak profesional.
- c. Mudah disimpan.
- d. Cocok untuk penjualan online dan offline.

3. Kemasan dengan Jendela Transparan

Sebagian kemasan dibuat transparan agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen sehingga konsumen dapat melihat isi produk selain itu untuk menampilkan kualitas emping secara langsung.

Selain itu kemasan sebaiknya menggunakan bahan kertas kraft dengan lapisan *food grade*, teknologi dari kemasan ini adalah mendukung tren produk berkelanjutan selain itu memberikan kesan premium sehingga menarik bagi konsumen muda. Contoh desain kemasan seperti pada Gambar 7 berikut



Gambar 7 Desain Kemasan

Gambar diatas merupakan contoh desain kemasan dengan jendela transparan agar produk dapat dilihat yang terbuat dari kertas kraft dengan lapisan *food grade* yang merupakan bahan kemasan ramah lingkungan

5. Membuat Identitas Produk (*Branding*)

Kemasan modern harus memiliki identitas yang kuat. Komponen yang perlu dicantumkan diantaranya nama merek, logo serta tagline. Pada kemasan perlu juga ditambahkan informasi produk yang lengkap seperti terdapat informasi, berat bersih, komposisi, informasi gizi, tanggal produksi dan tanggal kedaluwarsa serta alamat produsen. Gambar 8. merupakan desain kemasan untuk produk UKMK



Gambar 8. Desain Nama Merek Produk UMKM

Gambar pada desain mempunyai makna, Segitiga biru adalah atap rumah, melambangkan produk adalah industri rumahan. Daun hijau mengupamakan daun belinjo, dimana buah belinjo sebagai bahan baku emping. Selain itu ubi adalah salah satu hasil perkebunan unggulan.

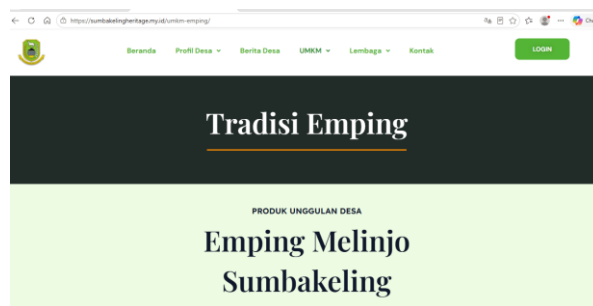
4.3 Pemasaran

1. Tahap Penguatan Koperasi sebagai Pusat Distribusi

Koperasi berperan sebagai lembaga yang mengumpulkan, mengemas dan memasarkan produk. Koperasi menjadi pusat pengelolaan dan pemasaran emping desa. Kegiatan yang dilakukan koperasi adalah;

- a. Pengembangan sistem pencatatan stok dan penjualan.
- b. Pelatihan manajemen usaha dan keuangan koperasi.
- c. Penyusunan sistem pembagian keuntungan yang transparan.
- d. Pengembangan jaringan distribusi produk.

Pemasaran dan promosi produk yang telah memiliki kualitas dan kemasan yang baik dipasarkan secara lebih luas. Pemasaran dapat ditingkatkan atau diperluas jangkauan dan volumenya dengan menerapkan beberapa hal seperti; pemasaran melalui media sosial dan marketplace, seperti pada Gambar 9, merupakan bentuk pemasaran dan promosi melalui website



Gambar 9. Halaman Produk Pada Platform Digital

Keikutsertaan dalam pameran UMKM dan produk unggulan daerah. Kerja sama dengan toko oleh-oleh seperti minimarket atau distributor. Kegiatan UMKM seperti terlihat pada Gambar 10 berikut;



Gambar 10. Kegiatan UMKM

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital secara berkala. Selain itu, perlu dilakukan standarisasi mutu produk agar kualitas emping yang dihasilkan tetap konsisten dan mampu memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas.

Koperasi desa diharapkan dapat memperkuat perannya sebagai lembaga pengelola usaha bersama, termasuk dalam pengadaan bahan baku, pengemasan, promosi, dan pemasaran produk. Pengembangan merek dagang yang kuat serta pemanfaatan media sosial dan marketplace juga perlu ditingkatkan untuk memperluas akses pasar di tingkat regional maupun nasional.

Selanjutnya, dukungan dari pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pihak swasta diperlukan dalam bentuk pendampingan, bantuan peralatan produksi, sertifikasi produk, serta fasilitasi akses permodalan. Dengan sinergi berbagai pihak, usaha emping melinjo di desa dapat berkembang menjadi industri rumah tangga yang berdaya saing tinggi dan menjadi salah satu penggerak ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal.

5.2 Saran

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan produksi, manajemen usaha, dan pemasaran digital secara berkala. Selain itu, perlu dilakukan standarisasi mutu produk agar kualitas emping yang dihasilkan tetap konsisten dan mampu memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas.

Koperasi desa diharapkan dapat memperkuat perannya sebagai lembaga pengelola usaha bersama, termasuk dalam pengadaan bahan baku, pengemasan, promosi, dan pemasaran produk. Pengembangan merek dagang yang kuat serta pemanfaatan media sosial dan marketplace juga perlu ditingkatkan untuk memperluas akses pasar di tingkat regional maupun nasional.

Selanjutnya, dukungan dari pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan pihak swasta diperlukan dalam bentuk pendampingan, bantuan peralatan produksi, sertifikasi produk, serta fasilitasi akses permodalan. Dengan sinergi berbagai pihak, usaha emping melinjo di desa dapat berkembang menjadi industri rumah

tangga yang berdaya saing tinggi dan menjadi salah satu penggerak ekonomi masyarakat berbasis potensi lokal

DAFTAR PUSTAKA

1. Aditya R. Jalan Soekarno Hatta Rembuksari No 1A Malang Jawa Timur Indonesia ecosia@asia.ac.id | (62 341).
2. oleh D, Marlinda Apriyani M, Dita Pratiwi M, Fadila Marga Saty Ms, Rini Desfaryani Ms, Tunjung Andarwangi Ms, et al. Pemasaran Hasil Pertanian [Internet]. Available from: www.penerbitlitnus.co.id
3. 2944-6007-1-SM.
4. Trymastuty B, Alfannisa HR, Dianastiti FE. Pemasaran Produk Hasil Pertanian Desa Pasuruhan Kecamatan Mertoyudan Melalui Media Sosial: Strategi Pendampingan Terstruktur History Artikel. Vol. 1. 2020;1(1).
5. Saleh R, Fattah N, Syahriati IA. Bahan Kemasan Produk Olahan Hasil Pertanian Penerbit Cv.Eureka Media Aksara.
6. Andika Noviawan L, Rispawati D, Umam K, Sukma P, Azhari M. Inovasi Kemasan Produk Estetis Dan Fungsional Sebagai Upaya Branding Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM Desa Sukadana Pujut Lombok Tengah. Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan, Sosial, dan Humaniora [Internet]. 2025. Available from: <http://journal.unram.ac.id/index.php/darmadiksani>
7. Digital T, Pemasaran M, Kemasan L, Di Perlukan S. Industri Kecil Media Informasi & Promosi Industri Kecil Menengah Kemasan Genjot Daya Saing.
8. Nabilah Nabilah, Ratna Habibah, Nor Latifah. Peran Inovasi Kemasan dalam Menjaga Stabilitas dan Keamanan Produk Farmasi: Sebuah Literature Review. OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi dan Kesehatan. 2025 Jul 4;3(4):306–13. doi:10.61132/obat.v3i4.1562
9. Tutuk Safirin M, Samanhudi D, Aryanny E, Pudji EW, Pembangunan Nasional U, Timur J. Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2023.
10. Dimas P, Jurnal :, Masyarakat P, Hardaningtyas RT, Artikasari H, Artikel I. Ciptaan disebarluaskan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional. e-issn: xxx-xxx Volume: 1 Nomor: 1 Edisi Oktober 2022 Halaman: 1-5 Inovasi Desain Kemasan Produk & Repackaging Pada Umkm Rengginang “BU TAMSUNI.” 2022.
11. Tutuk Safirin M, Samanhudi D, Aryanny E, Pudji EW, Pembangunan Nasional U, Timur J. Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2023.

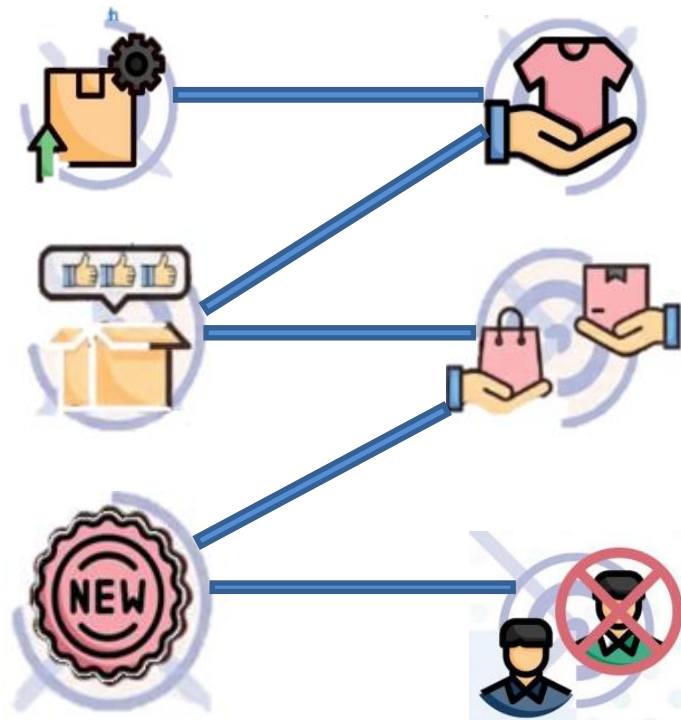
12. Staciana A. Dampak Inovasi Pada Produk Serta Kemasan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen [Internet]. Vol. 4. 2023;4(2):114–26. Available from: <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/index>
13. Hidayah NP, Susilawati S, Yustati H. Urgensi Pemenuhan Kebutuhan (Mustikaati, et. al) | 378-382 Madani. Jurnal Ilmiah Multidisiplin. 2025;3(4). doi:10.5281/zenodo.15517894
14. Rahayu M. Design Kemasan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Daya Saing Produk. SWAGATI: Journal of Community Service. 2024 May 18;2(1):7–12. doi:10.24076/swagati.2024v2i1.1389
15. Pengabdian Masyarakat Volume J, Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada UMKM Di Desa Banjarsari Kecamatan Cerme Kabupaten Gresik Siti Samsiyah S, Sulistyawan E, Munir Rachman M, Prihanto Utomo S, Manajemen P, et al. EKOBIS ABDIMAS.
16. Juliana R, Zaini M, Firman Hakim A, Nadroh U. Social, Humanities, and Educational Studies SHEs: Conference Series 8 (2) (2025) 441-449 Inovasi Produk dan Kemasan Amplang UD Taufik Jaya Makmur Dalam Meningkatkan Nilai Kualitas di Samarinda [Internet]. Available from: <https://jurnal.uns.ac.id/shes>
17. Yuswono I, Turmudhi A, Ristianawati Y, Praptitorini MD, Salim N. Inovasi Kemasan Produk Sebagai Strategi Pemberdayaan UMKM [Internet]. Available from: <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPM>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Realisasi Biaya

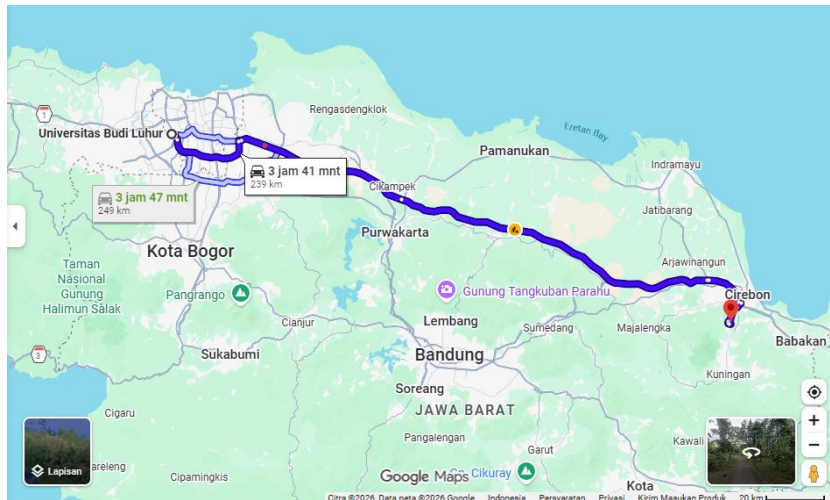
Jenis Pembelajaran	Komponen	Item	Kuantitas	Biaya Satuan (Rp)	Total (Rp)
Honorarium Pelaksanaan Kegiatan	Honor narasumber	Penyuluhan mengenai pemasaran hasil pertanian	1	750.000	750.000
Honorarium Pelaksanaan Kegiatan	Honor pembantu pelaksana kegiatan	Membantu saat kegiatan pelatihan dan desain	2	150.000	300.000
Teknologi dan Inovasi	Inovasi Desain	Rancangan kemasan	1	500.000	500.000
Teknologi dan Inovasi	Print Kemasan	Biaya cetak kemasan	1	1.000.000	1.000.000
Biaya Pelatihan	Penyelenggaraan workshop/FGD/ pelatihan/seminar	Konsumsi peserta dan sertifikat	20	25.000	500.000
Biaya Pelatihan	Konsumsi	2 kali pelaksanaan kegiatan Untuk 10 orang	20	30.000	600.000
Perjalanan	Transport	4 kali perjalanan ke lokasi PKM	3	500.000	1.500.000
Biaya Lainnya	Biaya pendaftaran HKI	Video kegiatan	1	200.000	200.000
Biaya Lainnya	Biaya pembuatan video	Saat penyuluhan dan pelatihan penggunaan platform digital	1	250.000	250.000
Biaya Lainnya	Publikasi jurnal	Jurnal Pengabdian Masyarakat IPTEKS	1	400.000	400.000

Lampiran 2. Gambaran IPTEKS



Inovasi kemasan yang efektif mencakup aspek desain visual dan pemilihan bahan ramah lingkungan. Implementasi kemasan inovatif diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperluas akses pasar, serta memperkuat posisi produk dalam persaingan, baik di pasar konvensional maupun digital. Penjelasan gambar adalah sebagai berikut; meningkatkan nilai produk yang sudah ada pengembangan produk penyesuaian dengan produk pasar paket produk inovasi baru ubah target pasar

Lampiran 3. Peta Lokasi Mitra



Lampiran 4. Surat Pernyataan Kesiediaan Kerja Sama Mitra

SURAT PERNYATAAN KESEDIAAN KERJA SAMA

Surat Nomor:

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama : Salman Parisi
Instansi/Lembaga : Kelompok Tani Berdikari
Jabatan : Ketua
Alamat : Dusun Tiga Pahajen Rt002 Rw005 Desa Sumbakeling
Kecamatan Pancalang Kabupaten Kuningan
Nomor HP : 081323767028

Dengan ini menyatakan bersedia bekerja sama dengan dosen sesuai dengan nama yang tersebut di bawah ini, dan bersama ini kami menyatakan bahwa di antara mitra dengan pelaksana kegiatan tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Judul Pengabdian : Inovasi Desain Kemasan sebagai Pendukung Pemasaran Hasil Pertanian Pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Pancalang, Kuningan

Nama Ketua : Mulyati, S.IKom., M.IKom.
NIDN : 0306017602
Instansi : Universitas Budi Luhur
Jabatan : Dosen
Alamat : Puri Bintaro Hijau, Blok E7/7, RT. 03 RW. 12, Kelurahan Pondok Aren, Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan
Nomor HP : 813-1626-5834
Sumber dana : Rp 7.000.000,-

Demikian surat pernyataan kesiediaan kerja sama ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kuningan, 1 April 2026
Yang membuat pernyataan

Salman Parisi

Lampiran 5. Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan PKM



SURAT PERJANJIAN KONTRAK PELAKSANAAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT Nomor A/UBL/DRPM/000/075/04/26

Pada hari ini Selasa tanggal 28 April 2026, kami yang bertanda tangan di bawah ini:

1. **Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.**, selaku Direktur Riset dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Budi Luhur, selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.
2. **Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.**, sebagai Ketua Tim Pelaksana Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat, selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.

Secara bersama-sama telah mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat dengan judul: "Inovasi Desain Kemasan Berbasis Teknologi sebagai Pendukung Pemasaran Hasil Pertanian Pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbekeling, Pancalang, Kuningan".

Biaya pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dibebankan pada Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti pada semester Genap Tahun 2025/2026 dengan nilai kontrak sebesar Rp 6.000.000,00 (enam juta rupiah).

Adapun ketentuan persyaratan kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. **PIHAK KEDUA** harus menyelesaikan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat dalam waktu paling lama 6 (enam) bulan terhitung dari tanggal yang tertera dalam Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini;
2. **PIHAK KEDUA** harus menyerahkan Laporan Akhir Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat dalam bentuk softcopy kepada **PIHAK PERTAMA**;
3. Dalam hal **PIHAK KEDUA** tidak dapat memenuhi Surat Perjanjian Kontrak Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, maka **PIHAK KEDUA** wajib mengembalikan dana Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah diterimanya;
4. Apabila jangka waktu pelaksanaan kegiatan seperti tersebut pada butir (1) tidak dapat dipenuhi, maka **PIHAK PERTAMA** tidak akan mempertimbangkan usulan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berikutnya;
5. Pencairan dana Pengabdian Kepada Masyarakat dilakukan dalam 1 (satu) tahap sebesar 100% dari nilai kontrak.

Hal-hal yang belum diatur dalam perjanjian ini akan ditentukan kemudian oleh kedua belah pihak.

PIHAK PERTAMA,


(Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.)
NIP. 190043

PIHAK KEDUA,


(Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.)
NIP. 010014

Lampiran 6. Catatan Harian

No	Tanggal	Kegiatan
1	20/04/2026	Koordinasi dengan pelaksana dari pihak eksternal
2	26/04/2026	Persiapan Perencanaan Kegiatan dengan tim internal
3	28/04/2026	Pembuatan Proposal
4	20/05/2026	Diskusi dengan pihak pihak eksternal
5	26/05/2026	Perancangan Skema Kegiatan
6	10/06/2026	Perancangan desain kemasan Perancangan logo
7	20/06/2026	Belanja kemasan dan kebutuhan lain
8	30/06/2026	Persiapan kegiatan
9	2-3/07/2026	Kegiatan di lapangan, lokasi Desa Sumbakeling, Pancalang, Kuningan
10	10/07/2026	Pengumpulan data
11	20/07/2026	Penyusunan laporan

Lampiran 7. Daftar Hadir Pelaksanaan Kegiatan

DAFTAR HADIR PESERTA PELAKSANAAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan : Pengabdian Masyarakat Universitas Budi Luhur
Tema : Inovasi Desain Kemasan Berbasis Teknologi Sebagai Pendukung Pemasaran Hasil Pertanian Pada Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Pencalang, Jawa Barat.
Hari/Tanggal : Jumat, 3 Juli 2026
Waktu : 13.00 – 17.00
Tempat : Kantor Balai Desa Sumbakeling
 Jl. Pangeran Kusuma No. 20, Desa Sumbakeling, Kecamatan Pencalang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat 45557

No.	Nama Lengkap	No HP	Tanda Tangan	
1.	DEWI Fitriyanti	0821 1196 6903	1.	2.
2.	Ipti Nurhati	0821 1986 9863		
3.	MUTAKIN	0877 2036 7266	3.	4.
4.	M. Yungo	0821 116 956 993		
5.	Rohr	0893 2426 3013	5.	6.
6.	Busi Oktavia	0813 1427 3840		
7.	Solman Paru	0815 2376 7028	7.	8.
8.	Yeni Nurhidayah	08189405 0830		
9.	Don Saonah	08772692 3075	9.	10.
10.	Muhammad M.	082214022960		
11.	Ail	0838 7881 7774	11.	12.
12.				
13.			13.	14.
14.				
15.			15.	16.
16.				
17.			17.	18.
18.				

Lampiran 8. Dokumentasi Pelaksanaan Kegiatan







Lampiran 9. Artikel Ilmiah (draft)



Kecerdasan Jurnal Pendidikan Pada Masyarakat 8

ISSN: 2615-6717 (Print)

ISSN: 2687-2938 (Online)

Teknoreditali Sinta 4 dari Kemendikdik No: 10/C/CS/OT.05.00/2025

DOI: 10.26907/2474-895X.2023.01.0001

Inovasi Desain Kemasan Berbasis Teknologi Sebagai Pendukung Pemasarkan Hasil Pertanian Kelompok Tani Berdikari Desa Sumbakeling, Pancalang, Jawa -Barat

Abulhasan¹, Anita Datta², Ahmed Fawaz³

⁴Faculty of Communication & Creative Design, Budi Luhur University, Indonesia

²Faculty of Information Technology, Budi Luhur University, Indonesia

Ähnliche Wörter:

Received October 2, 2020

Accepted October 10, 2020

Published November 1, 2020



ABSTRACT (10 PT)

Background: Write an abstract, which is a summary of the article. In background contained the research objectives. Insert your abstract text, a maximum of 250 words.

Contribution: Write the contribution to the community

Method: Overview of the method used.

Result: Write your main result.

Conclusion: Relate to your objectives.



Corresponding Author:

Name of Corresponding Author:

Department of Electrical and Computer Engineering,

National Chung Cheng University

168 University Road, Minshiang Township, Chiayi County 62102, Taiwan, ROC.

Email: correspond-author@gmail.com

Figure 1 consists of two bar charts. The left chart, titled 'COVID-19', shows the number of cases for each month from January to December for the years 2019, 2020, 2021, and 2022. The y-axis represents the number of cases, ranging from 0 to 100,000. The right chart, titled 'Dengue', shows the number of cases for each month from January to December for the years 2019, 2020, 2021, and 2022. The y-axis represents the number of cases, ranging from 0 to 100,000. Both charts show a significant increase in cases in 2022 compared to previous years.

12 April 2015

Desa Sumbakeling merupakan salah satu desa yang berada di Kecamatan Pancalang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Batas wilayah Desa Sumbakeling yaitu sebelah utara berbatasan dengan Desa Damalampah, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Patalagan, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pancalang, sebelah timur berbatasan dengan Desa Patalagan dan Desa Cipinang Kabupaten Cirebon. Peta wilayah Desa Sumbakeling seperti pada Gambar 1 berikut ini;



Gambar 1. Desa Sumbakeling

Pada peta wilayah terlihat jelas perbatasan Desa Sumbakeling dengan desa lainnya di Kecamatan Pancalang. Desa Sumbakeling dipimpin oleh seorang kepala desa yang bernama Didi Rohidin, dengan jumlah penduduk berjumlah 1.936 Jiwa (1). Sebagian besar masyarakat Desa Sumbakeling khususnya mereka yang masih dalam usia yang masih produktif mempunyai pekerjaan di kota-kota besar terutama jabodetabek, selebihnya menyais mata pencaharian sebagai petani. Sumber pendapatan penduduk lainnya dari wiraswasta atau sebagai karyawan.

Luas wilayah seluruhnya adalah 115,084 Ha dan berada pada ketinggian 290 MDPL dengan iklim tropis. Secara administrasi (Desa Sumbakeling terdiri dari 5 (Lima) RW dan 11 (Sebelas) RT yang dibagi menjadi 3 (Tiga) dusun yaitu Dusun Ajigalung – Kramat, Dusun Paledang – Babakan dan Dusun Pahajen. Desa Sumbakeling dipengaruhi oleh iklim tropis dan angin muson dengan temperatur bulanan berkisar antara 18 °C - 32 °C serta curah hujan berkisar antara 2.000 mm - 3.000 mm per tahun. Pergantian musim terjadi antara bulan November – Mei adalah musim hujan dan antara bulan Juni – Oktober adalah musim kemarau. Keadaan geografis tersebut sangat penting untuk masyarakat yang berprofesi sebagai petani. Hampir seluruh masyarakat Sumbakeling adalah petani, selain menanam padi mereka juga menanam tanaman lainnya seperti palawija, ketela pohon, ubi jalar dan melinjo. Hasil peternakan yang sudah ada di Desa Sumbakeling, yaitu kambing, ayam, itik (bebek) dan ikan.

Sektor pertanian dan peternakan merupakan tulang punggung peradaban manusia yang tidak hanya berperan dalam penyediaan pangan populasi dunia tetapi juga memengaruhi ekonomi, lingkungan dan stabilitas global (2). Sektor pertanian di Indonesia bahkan mampu bertahan terhadap guncangan pandemi COVID-19 yang mengganggu hampir semua sektor ekonomi. Sektor pertanian telah terbukti menjadi penyangga ekonomi dan ketahanan pangan nasional ketika pandemi tersebut melanda Indonesia dan dunia, tercermin dari pertumbuhan ekonomi sektor pertanian Indonesia



yang secara konsisten positif. Secara spesifik, kinerja dan ketahanan relatif sektor pertanian dapat diamati pada beberapa indikator makro sektor pertanian lainnya (3).

Sektor pertanian memainkan peran fundamental dalam pembangunan ekonomi dan ketahanan pangan suatu daerah. Dari total luas wilayah 115,084 km², sekitar 60% merupakan lahan pertanian yang terdiri dari lahan sawah dan non-sawah dengan berbagai komoditas unggulan seperti padi, jagung dan hortikultura. Namun, potensi besar ini belum diimbangi dengan strategi pemasaran yang optimal, sehingga nilai tambah produk pertanian belum maksimal dinikmati oleh petani lokal (4). Situasi ini diperparah oleh terbatasnya akses pasar, lemahnya infrastruktur pemasaran dan rendahnya kapasitas petani dalam mengadopsi teknologi pemasaran modern. Fenomena ini menunjukkan urgensi pengembangan strategi pemasaran pertanian yang komprehensif dan adaptif dengan kondisi geografis serta sosio-ekonomi Desa Sumbakeling.

1.2. Pemanfaatan Mitra

Mayoritas penduduk desa (70%) mempunyai mata pencaharian sebagai petani, sehingga sektor pertanian menjadi tulang punggung ekonomi Desa Sumbakeling. Hasil utama dari sektor pertanian Desa Sumbakeling meliputi padi yang menjadi produk unggulan. Selain itu, desa ini menghasilkan jagung, ubi kayu, cabai rawit, tomat, melinjo serta berbagai buah-buahan seperti alpukat, mangga dan pisang.

Beberapa hasil pertanian diolah menjadi makanan khas lokal seperti melinjo, keripik pisang dan lainnya yang diproduksi oleh kelompok usaha tani setempat. Dengan dukungan dari pemerintah desa setempat, Desa Sumbakeling telah menjadi pusat pengembangan perkebunan, khususnya ubi, pisang serta melinjo yang mutunya telah diakui di pasar lokal. Namun demikian, meskipun telah menjadi model pengembangan perkebunan, potensi ekonomi desa ini belum sepenuhnya tergarap optimal, terutama dalam hal pemasaran produk.

Salah satu kendala utama yang dihadapi kelompok tani adalah kurangnya inovasi dalam desain kemasan produk. Saat ini, banyak produk pertanian unggulan yang masih dipasarkan tanpa kemasan yang menarik atau sesuai standar pasar sehingga daya tariknya kurang begitu diminati di mata konsumen serta tentunya lebih rendah dibandingkan produk pesaing (5). Kemasan yang tidak fungsional atau estetik juga berdampak pada persepsi kualitas produk yang berdampak pada nilai jual. Contoh kemasan konvensional seperti pada Gambar 2 berikut ini;



Gambar 2. Iriping dalam Kemasan Sederhana



Pada Gambar 2 terlihat hasil produk pertanian Kelompok Tani Berdikari sangat sederhana, bahkan sama sekali tidak menarik. Hal ini akan menurunkan harga jual karena tidak dapat bersaing. Kemasan dapat ditingkatkan dengan desain dengan inovasi berbasis teknologi lebih menarik dan mempunyai daya jual tinggi (6). Contoh kemasan emping dengan desain inovatif dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut;



Gambar 3. Emping dengan kemasan inovatif

Selain itu, branding dan promosi produk dari Desa Sumbakeling masih terbatas sehingga masih banyak pelaku usaha tani belum memiliki pengetahuan atau keterampilan dalam menciptakan identitas kemasan visual yang menarik untuk produk yang dipasarkan seperti desain logo, pemilihan warna atau tampilan visual lainnya yang menggambarkan keunggulan produk (7). Kurangnya kemasan yang inovatif ini menyebabkan produk-produk Desa Sumbakeling masih dianggap “kalah kelas” untuk bersaing di pasar yang lebih luas baik di tingkat nasional maupun terlebih pada taraf internasional. Keterbatasan ini semakin ditambah dengan kurangnya akses terhadap pelatihan teknis yang sesuai. Pelaku usaha tani membutuhkan pelatihan spesifik mengenai desain kemasan baik secara aspek teknis seperti material, bentuk dan fungsi maupun estetika yaitu warna, grafik dan tipografi.

Desain kemasan yang baik dapat meningkatkan daya saing produk di pasar untuk menarik minat konsumen serta menciptakan citra produk yang lebih baik (8). Pada dasarnya potensi besar yang dimiliki Desa Sumbakeling memberikan peluang untuk perbaikan di sektor pertanian ini. Dengan inovasi desain kemasan yang dirancang sesuai kebutuhan pasar dan karakteristik produk, kelompok tani dapat meningkatkan daya tarik produknya. Inisiatif ini sejalan dengan komitmen Desa Sumbakeling sebagai desa swadaya terhadap pembangunan ekonomi berbasis pertanian berkelanjutan.

Desain kemasan yang inovatif dan mendukung pemasaran digital, produk pertanian Desa Sumbakeling dapat menjangkau pasar yang lebih luas, kemudian memperkuat identitas merek (9) serta diharapkan mampu memberikan nilai tambah bagi para petani di Desa Sumbakeling. Desa Sumbakeling juga memiliki dukungan dari berbagai program pemerintah, seperti *One Village One Product (OVOP)*, yang dapat dimanfaatkan untuk mendorong inovasi desain kemasan sebagai salah satu elemen strategi dalam pemasaran. Dengan pendekatan yang tepat, Desa Sumbakeling dapat memanfaatkan potensi ini untuk mengoptimalkan produk unggulannya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya.

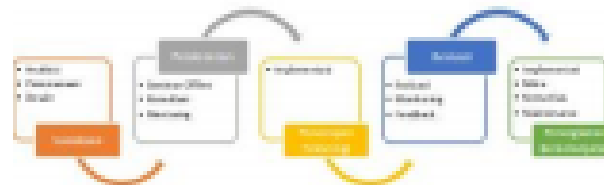


2. Method

Metode tahapan pelaksanaan menunjukkan bahwa inovasi kemasan produk untuk peningkatan pemasaran tidak dapat dilakukan secara instan, melainkan melalui proses bertahap yang terstruktur dan berkelanjutan. Integrasi antara inovasi kemasan dan pemasaran produk hasil pertanian dengan pemanfaatan teknologi digital menjadi kunci utama dalam menciptakan usaha yang tidak hanya bernilai ekonomi tinggi, tetapi juga mampu menjawab permasalahan pemasaran yang selamaini dihadapi petani (17). Dengan pendekatan ini, diharapkan tercipta ekosistem agribisnis yang lebih efisien, inklusif dan berdaya saing.

2.1 Tahapan Kegiatan

Tahapan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 4, sebagai berikut;



Gambar 4. Tahapan Penelitian

Metode tahapan pelaksanaan untuk mengembangkan inovasi kemasan, disusun secara sistematis dari identifikasi permasalahan hingga implementasi. Adapun penjelasan dari masing-masing tahapan data adalah sebagai berikut;

1. Tahap Sosialisasi

a. Analisis Kebutuhan

Dilakukan survei dan wawancara dengan anggota Kelompok Tani Bindikari untuk memahami kebutuhan dan tantangan mereka terkait desain kemasan. Penilaian keterampilan awal peserta juga dilakukan untuk mengukur pemahaman mereka tentang desain, branding, dan pemasaran.

b. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan dirancang dalam bentuk modul pembelajaran yang mencakup dasar-dasar desain kemasan, branding, storytelling, dan pemasaran digital. Materi tambahan seperti video tutorial, panduan praktis, dan referensi visual juga disiapkan untuk mendukung proses belajar.

c. Penentuan Narasumber



statement that what is expected, as stated in the "Introduction" chapter, can ultimately result in the "Results and Discussion" chapter, so there is compatibility. Moreover, it can also be added the prospect of developing research results and application prospects of further studies into the next (based on result and discussion). It is expected that the description of the sentence will be more explicit and not repetitive.

Acknowledgement

In this section, you can acknowledge any support given which is not covered by the author contribution or funding sections. This may include administrative and technical support, or donations in kind (e.g., materials used for experiments). Conflicts of Interest: Declare conflicts of interest or state, "The authors declare no conflict of interest." Author Contribution: All authors contributed equally to the main contributor to this paper. All authors read and approved the final paper.

References

The references use the IEEE style. Cited references must be taken from the journal. Each of them should have a Digital Object Identifier (DOI) or permanent link. The references were published in the last five years. Please use reference management software such as Mendeley, Zotero, or EndNote. For journal references, please ensure to enter the name of authors (First Name, Last Name), title, journal title, journal volume, article/issue number, page number (pp), published year, and DOI.

[4]

1. Aditya R, Jalan Sukarno Huta Rambakuri No 1A Malang Jawa Timur Indonesia acemil@jasa.ac.id (62 31).
2. oleh D, Marlinda Apriyani M, Dita Pratwi M, Fadla Muga Suty Mo, Rini Desfayanti Mo, Tanjung Andharangi Mo, et al. *Pemetaan Hasil Pertanian [Jurnal]*. Available from: www.pembudidhaan.id
3. 2944-0007-1-634.
4. Trymasy R, Alfanzila HR, Dinastiti H. *Pemetaan Produk Hasil Pertanian Desa Pasuruhan Kecamatan Muncyulan Melalui Media Sosial: Strategi Pendampingan Tiersstruktur Htasy Artikel*. Vol. 1, 2020; 4(1).
5. Sahih R, Fatah N, Syahfitri LA. *Bahan Kamusan Produk: Odhan Hasil Pertanian Pembeli C's Etnika Media Aksara*.
6. Andika Novianan I, Rikapawati D, Usman K, Sulma P, Azhari M. *Inovasi Kamusan Produk: Estetis Dan Fungsional Sebagai Upaya Branding Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM Desa Sukadana Pajar Lomboh Tengah, Jurnal Pengabdian Ilmu Pendidikan, Sosial, dan Humaniora [Internet]*. 2023; Available from: <http://journal.unram.ac.id/index.php/darmadikologi>
7. Digital T, Pemetaan M, Kamusan L, Di Perlukan S, Indarti R. *diMedia dan Informasi & Promosi Industri Kecil Menengah Kamusan Gajet Daya Sing*.
8. Nabilah Nabilah, Rana Habibah, Nur Latifah. *Peran Inovasi Kamusan dalam Menjaga Stabilitas dan Keamanan Produk Farmasi: Sebuah Literature Review OBAT: Jurnal Riset Ilmu Farmasi dan Kesehatan*. 2023 Jul 4;34(1):200–13. doi:10.61132/obat.v3i4.1362
9. Tanak Salfan M, Samudrah D, Ayanany E, Badji EW, Pembangunan Nasional IU, Timur J. *Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2023.
10. Dina P, Jurnal :, Masyarakat P, Hardaningtyas RT, Arifanati H. *Artikel 1. Ciptaan dan barisan di bawah Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSurupa 4.0 Internasional, e-issn: 2502-2502 Volume: 1 Nomor: 1 Edisi Oktober 2022 Halaman: 1-5 Inovasi Desain Kamusan Produk & Repackaging Bida Untuk Ronggiring "BU TAMBUN"*. 2022.
11. Tanak Salfan M, Samudrah D, Ayanany E, Badji EW, Pembangunan Nasional IU, Timur J. *Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. 2023.

12. Staciara, A. Dampak Inovasi Pada Produk Serta Kemasan Produk Terhadap Kapasitas Koneksi [Internet]. Vol. 4, 2023;42(1):14–26. Available from: <https://jurnal.itda.ac.id/index.php/KACANEGARA/index>.
13. Hidayah NP, Sutriswati S, Yusrati H, Ugiyoni. Pemanahan Kabutuhan (Minat) dan, et. al) | 178-182 Makara, Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2023; 3(4), doi: 10.33818/makara.18117894
14. Rahayu M. Design Kemasan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Daya Saing Produk. SWAGATI : Journal of Community Service, 2024 May 18;2(1):7-42. doi: 10.24070/swagati.2024v2i1.1389
15. Pengabdian Masyarakat Volume 4, Peningkatan Penjualan Melalui Packaging Produk Yang Menarik Pada UMKM Di Desa Banjarari Kecamatan Curme Kabupaten Gresik Siti Samudrah S, Solihayawan E, Muarif Rachman M, Puhanto Utomo S, Manjuman P, et al. ERCHOES ABEDMAS.
16. Juliana R, Zaini M, Firmans Halim A, Nadiyah U. Social, Humanities, and Educational Studies SHIES: Conference Series 3 (2) (2023);441-449Inovasi Produk dan Kemasan Ampang UID Tawak Jaya Makmur Dalam Meningkatkan Nilai Kualitas di Samarinda [Internet]. Available from: <https://jurnal.unswa-jember.ac.id/index.php/SHIES>
17. Yuvrenko I, Turmuthi A, Ristianawati Y, Pujiatmoko MD, Salim N. Inovasi Kemasan Produk Sebagai Strategi Peningkatan UMKM [Internet]. Available from: <http://jurnal.globalhealthsciencegroup.com/index.php/JPSP>

Lampiran 10. Publikasi di Media Masa Cetak/Elektronik

<https://sumbakelingheritage.my.id/dosen-universitas-budi-luhur-dalam-pemberdayaan-masyarakat-desa-sumbakeling-dengan-inovasi-desain-kemasan-umkm/>



MODUL PELATIHAN

Pengelolaan Hasil Olahan Perkebunan Menjadi Produk UMKM dengan Kemasan dan Pemasaran Berbasis Teknologi

A. Deskripsi Kegiatan

Pelatihan ini bertujuan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengolah hasil perkebunan menjadi produk bernilai tambah, mengembangkan kemasan yang menarik dan sesuai standar, serta memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran dan pengembangan usaha.

B. Tujuan Pelatihan

Setelah mengikuti pelatihan, peserta diharapkan mampu:

1. Mengidentifikasi potensi hasil perkebunan yang dapat diolah menjadi produk UMKM.
2. Menghasilkan produk olahan yang memiliki nilai ekonomi lebih tinggi.
3. Mendesain kemasan yang menarik, aman, dan sesuai kebutuhan pasar.
4. Memanfaatkan teknologi digital untuk promosi dan penjualan produk.
5. Mengelola usaha secara berkelanjutan melalui pemasaran digital.

MATERI 1

Potensi Hasil Perkebunan sebagai Produk UMKM

Materi	Keterangan								
Pengertian Nilai Tambah Produk	Nilai tambah merupakan peningkatan nilai ekonomi suatu komoditas setelah melalui proses pengolahan								
Identifikasi Potensi Produk	<table><tr><td>Komoditas</td><td>Produk Olahan</td></tr><tr><td>Melinjo</td><td>Emping</td></tr><tr><td>Pisang</td><td>Keripik Pisang</td></tr><tr><td>Singkong</td><td>Keripik Singkong</td></tr></table>	Komoditas	Produk Olahan	Melinjo	Emping	Pisang	Keripik Pisang	Singkong	Keripik Singkong
Komoditas	Produk Olahan								
Melinjo	Emping								
Pisang	Keripik Pisang								
Singkong	Keripik Singkong								

Analisis Peluang Pasar	• Kebutuhan konsumen • Tren makanan sehat • Produk khas daerah • Potensi pasar online
------------------------	--

MATERI 2

Pengolahan Produk yang Berkualitas

Materi	Keterangan
Standar Produksi	• Kebersihan bahan baku • Sanitasi alat produksi • Penggunaan bahan tambahan yang aman
Pengendalian Mutu	• Warna produk • Aroma • Tekstur
Peningkatan Nilai Produk	• Variasi rasa • Inovasi produk • Diversifikasi ukuran kemasan

MATERI 3

Inovasi Kemasan Produk UMKM

Materi	Keterangan
Fungsi Kemasan	• Melindungi produk • Menarik perhatian konsumen • Media informasi produk • Meningkatkan citra produk

Jenis Kemasan	Jenis	Kelebihan
	Standing Pouch	Modern dan praktis
	Vacuum Pack	Memperpanjang umur simpan
	Paper Box	Ramah lingkungan
	Ziplock	Mudah digunakan kembali
Fungsi Pada Kemasan	• Nama produk • Logo UMKM • Komposisi • Berat bersih • Tanggal produksi • Tanggal kedaluwarsa • Kontak produsen	
Desain Kemasan Digital	• Canva • Adobe Express • CorelDraw	

MATERI 4

Branding Produk UMKM

Materi	Keterangan
Unsur Branding	• Nama produk • Logo • Slogan • Warna identitas
Strategi Branding	• Menonjolkan keunggulan lokal • Cerita produk (storytelling) • Konsistensi desain

MATERI 5

Pemasaran Digital Berbasis Teknologi

Materi	Keterangan	
Konsep Digital Marketing	Digital marketing adalah pemasaran produk melalui media digital dan internet.	
Platform Pemasaran	Platform	Fungsi
	WhatsApp Business	Komunikasi pelanggan
	Facebook	Promosi komunitas
	Instagram	Branding visual
	TikTok	Konten promosi kreatif
	Marketplace	Penjualan online
	Website UMKM	Toko online mandiri
Pembuatan Konten	• Foto produk berkualitas • Video pendek • Testimoni pelanggan • Edukasi manfaat produk	

Lampiran 12. Berita Acara Serah Terima (BAST) Teknologi dan Inovasi



BERITA ACARA SERAH TERIMA ASET

Pada hari ini Sabtu tanggal 3 Juli 2026 bertempat di Desa Sumbakeling telah terjadi penyerahan/penerimaan barang dalam rangka pelaksanaan Pengabdian kepada masyarakat Semester Genap 2026 antara:

Nama : Mulyati
Jabatan : Ketua Tim Pengusul
Alamat : Jl Flamboyan No. 1 RT. 014 RW. 06 Pesangrahan, Jakarta

Sebagai penanggungjawab perseorangan sebagai pihak yang menyerahkan,

Nama : Salman Parisi
Jabatan : Kelompok Tani Berdikari
Alamat : Desa Dusun Tiga Pajegon RT 02 RW 04, Desa Sumbakeling, Pancalang

Sebagai pihak yang menerima barang.

Daftar rincian barang sebagai berikut:

No.	Nama Barang	Jumlah Barang	Harga Satuan (Rp.)	Total Harga (Rp.)
1	Mesin Seal dan Vacuum	4	320.000	1.280.000
2	1 unit packing	2	85.000	170.000
3	2 unit timbangan	4	160.000	640.000
4	Saker packing	1	150.000	150.000
			Jumlah Total Harga (Rp.)	2.240.000

Yang menerima:

Salman Parisi

Yang menyerahkan

Nama: Mulyati
NIP/NIDN : 1200770306017602

Mengetahui,
Direktur Riset dan Pengabdian kepada Masyarakat



(Prof. Dr. Ir. Prudence Juliana, M.A.)
190043-0020006606

Lampiran 13. HKI

Lampiran I
Peraturan Menteri Kehakiman R.I.
Nomor : M.01-HC.03.01 Tahun 1987

Kepada Yth. :
Direktur Jenderal HKI
melalui Direktur Hak Cipta,
Desain Industri, Desain Tata Letak,
Sirkuit Terpadu dan Rahasia Dagang
di
Jakarta

PERMOHONAN PENDAFTARAN CIPTAAN

I. Pencipta :

1. Nama : Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.
2. Kewarganegaraan : Indonesia (WNI)
3. Alamat : Puri Bintaro Hijau Blok E7/7, RT. 03 RW. 012,
Kel/Kec. Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan
4. Telepon : 0813-1626-5834
5. No. HP & E-mail : mulyati@budiluhur.ac.id

Pencipta :

1. Nama : Drs. Ahmad Pramegia, M. I.kom
2. Kewarganegaraan : Indonesia (WNI)
3. Alamat : Jl.Aria Timur V no.E2, Aria Graha,
Kel.Cipamokolan,Kec.Rancasari, Bandung-40292
4. Telepon : 0838-2224-8057
5. No. HP & E-mail : achmad.pramegia@budiluhur.ac.id

Pencipta :

1. Nama : Anita Diana, S.Kom., M.Kom.
2. Kewarganegaraan : Indonesia (WNI)
3. Alamat : Jl. Meruyung, Komplek Puri Cinere Hijau Blok B1 No 21,
Rangkapan Jaya Baru, Pancoran Mas, Kota Depok 16434
4. Telepon : 08179119408
5. No. HP & E-mail : anita.diana@budiluhur.ac.id

II. Pemegang Hak Cipta :

1. Nama : DRPM Universitas Budi Luhur
2. Kewarganegaraan : -
3. Alamat : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Pesanggrahan
Jakarta, 12260
4. Telepon : 021 - 5853753
5. No. HP & E-mail : hki@budiluhur.ac.id

III. Kuasa :

1. Nama : -
2. Kewarganegaraan : -
3. Alamat : -
4. Telepon : -
5. No. HP & E-mail : -

IV. Jenis dari judul ciptaan yang
dimohonkan :

V. Tanggal dan tempat di-
umumkan untuk pertama
kali di wilayah Indonesia
atau di luar wilayah Indo-
nesia :

VI Uraian ciptaan :

Jakarta, -----Agustus 2026

materai 10.000

Tanda Tangan :

Nama Lengkap :



**KEPUTUSAN DEKAN
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
Nomor : K/UBL/FKDK/000/005/02/26**

**TENTANG
KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDHARMA PERGURUAN TINGGI
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan peran Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/000/216/06/23;
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/000/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

MEMUTUSKAN

MENETAPKAN

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk memiliki *roadmap* penelitian, menyusun rencana atau proposal penelitian, melaksanakan penelitian, dan menyusun karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Februari 2026

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur

Nomor : K/UBL/FKDK/000/005/02/26

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur Semester Genap Tahun 2025/2026

NO	N A M A
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.
2.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom., M.Ds.
3.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom.
4.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom.
5.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M.
6.	Anindya Putri Pradiptha, S.Hum., M.Hum.
7.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom.
8.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom.
9.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom.
10.	Benny Muhdaliha, S.Sn., M.Sn.
11.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom.
12.	Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D.
13.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds.
14.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn.
15.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si.
16.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom.
17.	Dominggo Subandrio, S.Sn., M.I.Kom.
18.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si.
19.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom.
20.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
21.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom.
22.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn.
23.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si.
24.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si.
25.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si.
26.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si.
27.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom.
28.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si.
29.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom.
30.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom.
31.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom.
32.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn.
33.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom.
34.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom.
35.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.
36.	Ilham Akbar Afandi, S.I.Kom., M.I.Kom.
37.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si.
38.	Julaiha Probo Anggraini, S.Si, M.Kom.
39.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom.
40.	Lies Andayani, S.Pd., M.Pd.
41.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si.
42.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si.
43.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom.
44.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K.
45.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom.
46.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.
47.	Nurfitrihanah Octavianingrum Raharjo Putri, S.Sn., M.Sn.
48.	Prof. Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom.
49.	Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.
50.	Prof. Dr. Umainah, S.Fil., M.Si.
51.	Putro Nugroho, S.S.T., M.I.Kom
52.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom.
53.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom.
54.	Rama Romindo Utomo, S.H., M.I.Kom.

KAMPUS ROXY MAS : Pusat Niaga Roxy Mas Blok E.2 No. 38-39 Telp : (021) 6328709, 6328710, Fax : (021) 6322872

KAMPUS SALEMBA MAS : Sentra Salemba Mas Blok S-T, Telp : (021) 3928688, 3928689, Fax : (021) 3161636



UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

NO	N A M A
55.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom., M.I.Kom.
56.	Ria Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom.
57.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn.
58.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom.
59.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom.
60.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom.
61.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si.
62.	Sinta Dwi Utami, S.I.P., M.I.Kom.
63.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom.
64.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom.
65.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom., M.Ds.
66.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si.
67.	Yori Pusparani, S.Ds., M.Ds., Ph.D
68.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom.
69.	Yuliana Choerul Reza, S.I.Kom., M.I.Kom.
70.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 23 Februari 2026

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati

LAPORAN KEGIATAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Disusun oleh:

Ketua: Shinta Kristanty, M.Si

Anggota: Drs. Ahmad Pramedia, M.I.Kom
Dr. Afrina Sari
Dr. Aminudin
Dr. Dra. Riyodina G. Pratikto, M.Si
Anggun Putri D.I.B, S.Sos, MM
Dini Maryani, M.Si
Jeannie Annisa, S.IP, M.Si
Mira Herlina, M.Si
Mulyati, M.I.Kom
Shinta Kristanty, M.Si
Sukma Alam, M.I.Kom

Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif
Universitas Budi Luhur
Jakarta
2026

A. Latar Belakang

Dalam era digital yang berkembang pesat, komunikasi tidak lagi terbatas pada interaksi langsung, tetapi juga melalui berbagai platform digital seperti media sosial, email, dan forum daring. Kemajuan teknologi telah membuka banyak peluang baru, tetapi juga menimbulkan tantangan dalam menjaga etika komunikasi. Artikel ini akan membahas prinsip dasar etika komunikasi digital, tantangan yang dihadapi, serta solusi untuk menjaga komunikasi yang etis dan bertanggung jawab di dunia maya.

Etika komunikasi di era digital adalah seperangkat prinsip moral dan norma perilaku yang mengatur cara seseorang berinteraksi di dunia maya. Ini mencakup nilai kesopanan, kejujuran, dan tanggung jawab saat menyampaikan atau menerima pesan, guna menjaga kenyamanan dan mencegah kesalahpahaman.

Etika komunikasi di era digital sangat penting bagi remaja untuk membangun interaksi yang sehat, mencegah konflik seperti perundungan siber (cyberbullying), serta melindungi masa depan dari jejak digital yang buruk. Ini menjadi fondasi agar remaja menjadi pengguna internet yang cerdas, bertanggung jawab, dan aman.

Penerapan etika komunikasi di era digital bagi remaja bertujuan untuk mencegah penyebaran hoaks dan cyberbullying, membangun empati, serta menjaga jejak digital yang positif. Hal ini krusial agar remaja mampu menyaring informasi secara kritis dan berinteraksi secara aman, sopan, dan bertanggung jawab di media sosial.

Penerapan etika komunikasi digital bagi remaja, khususnya siswa SMK YMIK, bertujuan untuk membangun kesadaran akan jejak digital yang baik dan mempersiapkan mereka sebagai tenaga kerja profesional. Ini mencegah penyebaran

hoaks, menghindarkan siswa dari jerat hukum UU ITE, serta membentuk empati dan sopan santun saat berinteraksi daring

B. Tujuan Kegiatan

Tujuan utama pengabdian masyarakat ini adalah membekali siswa SMK YMIK dengan literasi digital agar menjadi pengguna internet yang bijak. Kegiatan ini melatih siswa untuk menghargai privasi, menghindari cyberbullying, serta menyebarkan informasi positif dan menghindari penyebaran hoaks di media sosial. Lebih rinci berikut ini tujuan kegiatannya:

(1). Mencegah Pelanggaran UU ITE: Mengedukasi siswa tentang batasan hukum dalam berkomunikasi agar terhindar dari jerat hukum akibat penggunaan bahasa kasar, pornografi, atau SARA. (2). Menumbuhkan Empati Daring: Membangun kesadaran bahwa interaksi di dunia maya melibatkan manusia nyata, sehingga penting menjaga sopan santun dan saling menghargai. (3). Melindungi Data Pribadi: Memberikan pemahaman risiko keamanan digital terkait bahaya membagikan informasi privasi secara berlebihan di ruang publik. (4). Membangun Jejak Digital Positif: Mendorong siswa memanfaatkan teknologi secara produktif untuk membangun personal branding yang baik bagi masa depan karier mereka.

C. Pelaksanaa Kegiatan

Kegiatan di laksanakan di SMK YMIK, Joglo Jakarta Barat pada tanggal 13 Mei 2026, pukul 09.00 w.l.b sampai 12.00 w.l.b. Kegiatan berlangsung di ruang kelas dan

diikuti oleh para siswa - siswa dari berbagai jurusan, di antara nya ada dari Manajemen Perkantoran, Teknik Komputer Jaringan, dan Pemasaran.

Diawali dengan pembukaan oleh Tim Dosen FKDK, memperkenalkan diri masing - masing, dilanjutkan dengan presentasi materi PKM tentang Etika Komunikasi di Era Digital. Materi ini diikuti dengan antusias para siswa karena tim Dosen juga memberikan contoh - contoh yang menarik sehingga para siswa dapat lebih mudah memahami.

Diakhir kegiatan, diadakan quiz berupa tanya jawab oleh tim Dosen kepada para siswa, dan bagi siswa yang mampu menjawab diberikan souvenir. Hasil dari kegiatan ini para siswa jadi lebih memahami apa yang harus dilakukan ketika komunikasi melalui internet misalnya melalui media sosial. Bagaimana etika ini juga dapat diterapkan di dunia kerja, agar siswa dapat memanfaatkan media sosial tersebut dengan bijak. Serta para siswa juga memahami dampak positif dan negatif nya.

D. PENUTUP

Demikian laporan kegiatan ini disusun untuk keperluan akademik tim Dosen sebagai Pembicara di kegiatan PKM tentang Etika Komunikasi di Era Digital di SMK YMIK. Kegiatan ini didasarkan atas survey dan observasi sebelumnya ke SMK YMIK, berdiskusi dengan pihak sekolah melalui Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Sekolah khususnya bidang kurikulum mengenai apa saja materi yang dibutuhkan untuk siswa - siswi agar kedepannya dapat bermanfaat untuk membangun karakter dan pola komunikasi.



SERTIFIKAT

PENGHARGAAN

DIBERIKAN KEPADA

Mulyati, M.I.Kom

Atas partisipasi sebagai pembicara materi dalam Pengabdian Masyarakat dengan tema "Etika Komunikasi di Era Digital" untuk siswa SMK YMIK Jakarta pada Rabu 13 Mei 2026



Dra. Fajar Rinawati

KEPALA SMK YMIK JAKARTA