



ISIAN SUBSTANSI PROPOSAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

Petunjuk: Pengusul hanya diperkenankan mengisi di tempat yang telah disediakan sesuai dengan petunjuk pengisian dan tidak diperkenankan melakukan modifikasi template atau penghapusan di setiap bagian.

JUDUL

Tuliskan judul pengabdian kepada Masyarakat.

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

RINGKASAN

Isian ringkasan tidak lebih dari 300 kata yang berisi urgensi, tujuan, metode, dan luaran yang ditargetkan.

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 estetis 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. Inovasi kemasan produk merupakan salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran, khususnya bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). 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. Oleh karena itu, pengembangan inovasi kemasan perlu menjadi perhatian utama bagi pelaku usaha sebagai bagian dari strategi pemasaran berkelanjutan. 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

Isian kata kunci maksimal 5 kata yang dipisah dengan tanda titik koma (;)

Inovasi; Kemasan; Produk Pertanian; Pemasaran; Merek

PENDAHULUAN

Pendahuluan dijelaskan tidak lebih dari 1000 kata yang berisi analisis situasi dan permasalahan mitra yang akan diselesaikan. Deskripsi lengkap bagian pendahuluan memuat hal-hal berikut:

1. ANALISIS SITUASI

Uraian analisis situasi dibuat secara komprehensif agar dapat menggambarkan secara lengkap kondisi mitra. Analisis situasi dijelaskan dengan berdasarkan kondisi eksisting dari mitra/masyarakat yang akan diberdayakan, didukung dengan profil mitra dengan data dan gambar yang informatif.

2. PERMASALAHAN MITRA

Pada bagian ini diungkapkan selengkap mungkin persoalan yang dihadapi mitra. Permasalahan yang ditangani pada mitra minimal 2 (dua) bidang masalah yang membutuhkan kepakaran yang berbeda.

1. 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.

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 estetis 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.

Solusi permasalahan maksimum terdiri atas 1500 kata yang berisi uraian semua solusi yang ditawarkan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Deskripsi lengkap bagian solusi permasalahan memuat hal-hal berikut:

1. Tuliskan semua **solusi yang ditawarkan** untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi mitra secara sistematis sesuai dengan prioritas permasalahan. Solusi harus terkait betul dengan permasalahan prioritas mitra.
2. Tuliskan **target** yang akan dihasilkan dari masing-masing solusi tersebut dan tuangkan dalam bentuk tabel.

SOLUSI

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;

Tabel 1. Permasalah 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	Pelatihan Desain Kemasan yang Inovatif

		kemasan yang menarik dan sesuai dengan standar pasar nasional	
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 atau warisan tradisional produk belum tercirikan dalam desain kemasan mereka.	Optimalisasi Pemasaran Digital melalui Marketplace
	Persaingan yang Ketat di Pasar	Desa Sumbakeling menghadapi persaingan dari produsen lain yang juga memproduksi beras organik dan	

	Lokal dan Nasional	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. 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;

Tabel 2. Target dari Solusi Permasalahan

No.	Solusi	Keterangan	Target
1	Pelatihan Desain Kemasan yang Inovatif	Pelatihan desain kemasan akan difokuskan pada pengembangan kemasan yang 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.	Desain kemasan yang baik, produk akan memiliki nilai tambah 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	Narasi produk yang dimasukkan ke dalam desain kemasan diharapkan dapat meningkatkan daya tarik konsumen.

		grafis akan membantu peserta menciptakan materi promosi seperti label, brosur, atau banner yang sesuai dengan identitas produk.	
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 kunci yang sesuai untuk meningkatkan visibilitas di mesin pencarian marketplace dan memanfaatkan fitur promosi berbayar untuk menjangkau lebih banyak pelanggan.	Peserta paham mengenai pentingnya menjaga ulasan positif dari pelanggan untuk membangun reputasi produk yang baik.
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	Dengan pendampingan ini, diharapkan produk-produk Desa Sumbakeling dapat terus berkembang dan

		terkait desain kemasan. Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait akan diupayakan untuk membantu menyediakan fasilitas produksi dan subsidi bahan kemasan yang berkualitas.	bersaing di pasar yang lebih luas.
--	--	--	------------------------------------

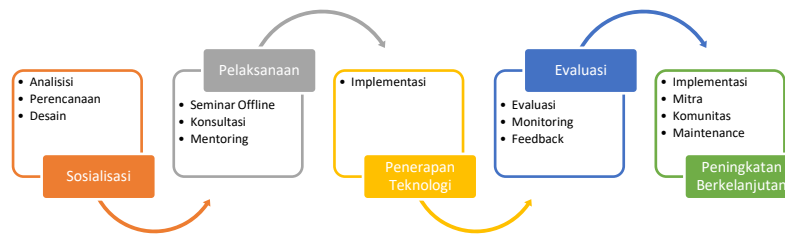
Untuk mendukung keberhasilan pelatihan tentang inovasi desain kemasan bagi petani dan pelaku usaha di Desa Sumbakeling, TIM Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Budi Luhur bermaksud untuk mengadakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat pada Kelompok Tani Berdikari di Desa Sumbakeling, Pancalang,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

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan maksimal terdiri atas 1500 kata. Deskripsi lengkap bagian metode pelaksanaan sesuai tahapan berikut: 1. Jelaskan tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi yang ditawarkan untuk mengatasi permasalahan mitra. 2. Uraikan bagaimana partisipasi mitra dalam pelaksanaan program. 3. Uraikan bagaimana evaluasi pelaksanaan program dan keberlanjutan program di lapangan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. 4. Uraikan peran dan tugas dari masing-masing anggota tim (ketua, anggota 1, anggota 2, mahasiswa 1, mahasiswa 2) sesuai dengan kompetensi/bidang keahliannya (tanpa harus menyebutkan nama masing-masing anggota tim)
--

1. Tahapan 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. Tahapan penelitian 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 di masa 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.

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 kemasan 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. 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.

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

JADWAL PELAKSANAAN

Jadwal pelaksanaan kegiatan disusun dengan mengisi langsung tabel berikut dengan memperbolehkan penambahan baris sesuai banyaknya jenis kegiatan.

No.	Nama Kegiatan	Bulan					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust
1	Inisiasi						
2	Identifikasi						
3	Pembuatan proposal						
3	Sosialisasi						
4	Penyuluhan dan Pelatihan						
5	Penerapan Teknologi						
6	Pendampingan						
7	Evaluasi						
8	Pelaporan						

LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Tuliskan target luaran wajib dan tambahan (jika ada) yang akan dihasilkan.

No.	Kategori Luaran	Jenis Luaran	Target Capaian
1.	Artikel Ilmiah	submitted	draft/submitted/accepted/published
2.	Publikasi di media massa (cetak/elektronik)	Publish di Media Indonesia	published
3.	Video pelaksanaan kegiatan	Tayang di Youtube	published
4.	HKI	Manual book tatacara pembuatan platform digital	granted (bersertifikat)

RENCANA ANGGARAN BIAYA

Rencana Anggaran Biaya (RAB) pengabdian kepada masyarakat mengacu ketentuan sebagai berikut:

1. Komponen Biaya Honorarium Pelaksanaan Kegiatan (maksimal 15%)
2. Komponen Teknologi dan Inovasi (minimal 30%)
3. Komponen Biaya Pelatihan (maksimal 25%)
4. Komponen Biaya Perjalanan (maksimal 20%)
5. Komponen Biaya Lainnya (maksimal 10%)

Total RAB: Rp 7.000.000,-

Jenis Pembelajaran	Komponen	Item	Kuantitas	Biaya Satuan (Rp)	Total (Rp)
ATK	materai, pulpen	1 paket	1 paket	300.000	300.000
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	175.000	350.000
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
Teknologi dan Inovasi	Digital marketing	Sewa platform	1	250.000	250.000
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	4	400.000	1.600.000
Biaya Lainnya	Biaya pendaftaran HKI	Video kegiatan	1	400.000	400.000
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	500.000	500.000

DAFTAR PUSTAKA

Daftar pustaka disusun dan ditulis berdasarkan sistem nomor (*Vancouver style*) sesuai dengan urutan pengutipan. Sumber pustaka mengutamakan hasil penelitian pada jurnal ilmiah yang terkini (maksimal 5 tahun terakhir). Hanya pustaka yang disitasi pada usulan pengabdian kepada masyarakat yang dicantumkan dalam 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 Multidisipline. 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>

GAMBARAN IPTEKS

Gambaran berisi uraian maksimal 500 kata menjelaskan gambaran IPTEKS yang akan diimplentasikan di mitra sasaran. Dibuat dalam bentuk skematis, dilengkapi dengan gambar/foto dan narasi.

Program pelatihan inovasi desain kemasan diharapkan dapat mendukung pemasaran produk pertanian unggulan pada Kelompok Tani Desa Sumbakeling, Kabupaten Sumedang. Desain kemasan yang inovatif menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya saing produk, menciptakan nilai tambah serta memperluas jangkauan pemasaran.

Melalui pelatihan ini peserta akan dibekali pengetahuan dan keterampilan dalam menciptakan kemasan yang menarik secara visual, ramah lingkungan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Gambaran IPTEKS yang akan diimplementasikan dalam program ini:



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 beras organik, opak bangdes, atau rengginang. 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

aluminium foil yang dapat menjaga kualitas produk sambil tetap berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

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 organik, 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 feedback di 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.

PETA LOKASI

Peta lokasi mitra sasaran berisikan gambar peta lokasi mitra yang dilengkapi dengan penjelasan jarak mitra sasaran dengan Universitas Budi Luhur.

