

## Pendampingan Pembuatan Kemasan Produk Pada Produk Rengginang Ubi Desa Raba Baka, Kabupaten Dompu

Sri Ernawati<sup>1</sup>, Putri humaira<sup>2</sup>, Ulfasari indriani<sup>3</sup>, Neni Fathiya Rizki<sup>4</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Bima

sriernawati.stiebima@gmail.com, putrihumaira.stiebima19@gmail.com

### Kilas Artikel

Volume 1 Nomor 2  
June 2023

#### Article History

Submission: 11-05-2023

Revised: 19-05-2023

Accepted: 30-05-2023

Published: 08-06-2023

#### Kata Kunci:

Pendampingan,  
UMKM, produk  
rengginang, Kemasan

#### Keywords:

Accompaniment,  
SMEs, rengginang products,  
packaging



Welfare Jurnal Pengabdian  
Masyarakat is licensed under a  
Creative Commons Attribution-Share  
Alike 4.0 International License.

### Abstrak

Pelaku usaha pelaku usaha di desa Raba Baka belum mengetahui pentingnya kemasan pada produk yang dijualnya, salah satunya produk usaha rengginang ubi. Metode yang kami lakukan dengan melakukan pendampingan pembuatan rengginang ubi dan kemasan. Hasil yang tercapai produk rengginan dibuat dengan bahan baku ubi yang merupakan potensi lokal Desa Raba Baka dan kemasan yang kekinian dengan standing pouch. Harapan kami dengan produk dan kemasan yang kekinian bisa menambah nilai jual produk sehingga pendapatan UMKM bisa meningkat. Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap yaitu Melakukan survey, Memilih mitra dan Melakukan pelatihan dan pengembangan. pengabdian kepada masyarakat, kami melakukan pendampingan dan pelatihan terkait pentingnya pengembangan kemasan produk dalam meningkatkan penjualan produk.

### Abstract

Business actors in Raba Baka village do not yet know the importance of packaging for the products they sell, one of which is the rengginang sweet potato business. The method we use is to assist in the manufacture of cassava root and packaging. The results achieved by Rengginan products are made with cassava raw materials, which are the local potential of Raba Baka Village, and contemporary kemsan with standing pouches. We hope that the current products and packaging can increase the selling value of the product so that the income of MSMEs can increase. Activities are carried out in several stages, namely conducting service, selecting partners, and conducting training and development. As a community service, we provide assistance and training regarding the importance of developing product packaging for increasing product sales.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peran penting bagi perekonomian Indonesia karena memberikan sumbangan signifikan khususnya dalam pembentukan produk domestik bruto dan penyerapan tenaga kerja. UMKM juga dipercaya memiliki ketahanan ekonomi yang tinggi sehingga dapat menjadi penopang bagi stabilitas sistem keuangan dan perekonomian. Oleh karena itu, adanya pemberdayaan terhadap UMKM sangat dibutuhkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UMKM adalah pelatihan desain kemasan produk. Banyak produk sejenis di pasar yang diproduksi perusahaan luar negeri yang menguasai pasar lokal dengan mengalahkan produk UMKM Indonesia. Penyebabnya adalah kemasan produk lokal yang kurang menarik minat lokal dan dianggap tidak higienis. Padahal apapun produknya, jika dikemas baik maka akan menambah nilai tambah dari produk tersebut. Kemasan produk kita masih sangat sederhana untuk bisa bersaing dengan produk luar.

UMKM menjadi salah satu penggerak perekonomian yang ada di Indonesia. Dalam menghadapi berbagai tantangan yang terjadi UMKM masih tetap bertahan di pangsa pasar. Hal ini terjadi karena mayoritas UMKM menghasilkan produk konsumsi dan jasa dengan elastisitas permintaan terhadap pendapatan yang rendah, modal yang diperoleh sebagian besar UMKM tidak berasal dari bank, modal yang dimiliki terbatas dan pasar yang bersaing (Solihin, Susanto, Setiawan, Ahyani, & Darmadi, 2020). Peran penting yang dimiliki menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan untuk meningkatkan ekonomi. Terbukti bahwa UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian karena mampu menyerap tenaga kerja untuk mengatasi pengangguran (Mandasari, Widodo, & Djaja, 2019).

Menurut Anggraeni (Arifudin & Tanjung, 2020) pengembangan UMKM menjadi sangat strategis dalam menggerakkan perekonomian nasional, mengingat kegiatan usahanya mencakup hampir semua lapangan usaha sehingga kontribusi UMKM menjadi sangat besar bagi peningkatan pendapatan bagi kelompok masyarakat yang berpendapatan rendah.

Kemasan berasal dari kata kemas yang berarti teratur (terbungkus) rapi, bersih, rapi, beres, selesai (Wahmuda & Hidayat, 2020). Menurut Nillson & Ostrom (Kurniawan et al., 2021) menjelaskan bahwa kemasan terdiri dari tiga dimensi yaitu : desain grafis, struktur desain, dan informasi produk. Pemakaian logo produk atau kemasan produk dapat meningkatkan gengsi pemakai atau konsumennya. Menurut Harminingtyas (Agustina et al., 2021) menjelaskan bahwa kemasan merupakan salah satu cara mempromosikan suatu produk serta menarik minat konsumen untuk membeli, oleh karena itu kemasan harus sesuai dengan fungsi yang akan dibidik oleh para produsen. Dalam meningkatkan minat masyarakat terhadap produk, desain kemasan menjadi salah satu hal penting. Pada strategi pemasaran ritel modern, desain kemasan produk yang menarik dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk (Dewi, Hubeis, & Riani, 2020)

Rengginang adalah salah satu makanan tradisional khas Indonesia, tepatnya di Jawa Barat. Bahan dasar pembuatan rengginang ini ialah beras ketan putih atau bisa juga menggunakan beras ketan hitam, umumnya rengginang berbentuk lingkaran dengan ukuran yang bervariasi sesuai keinginan. Rengginang sendiri umumnya rasanya gurih dan manis dan memiliki tekstur yang renyah. Seiring dengan perkembangan jaman, Di era modern seperti sekarang ini untuk menemukan rengginang yang diproduksi secara tradisional dan memiliki rasa yang khas sangat sulit, terutama di daerah-daerah perkotaan. Biasanya rengginang

hanya bisa ditemukan di acara hajatan seperti Khitanan, Pernikahan, dan sejenisnya. Berkurangnya minat masyarakat terhadap rengginang terjadi karena makanan tradisional satu ini tersisihkan oleh datangnya makanan khas luar negeri. Padahal dari segi rasa, Makanan yang satu ini tidak kalah enak dengan makanan modern khususnya makanan yang berasal dari luar negeri,(Yulistina et all, 2022)

Masih banyak pelaku usaha di desa Raba Baka belum mengetahui pentingnya kemasan yang dapat melindungi produk dan mampu menarik minat konsumen dalam memasarkan produk. Salah satunya adalah mitra suharni dengan produk rengginang ubinya. Pengemasan produk rengginang ubi masih menggunakan plastik bening biasa yang tranparan dan tanpa disertai logo. Rengginang ubi adalah produk olahan dari ubi ungu dan tapioka, yang dimana ubi ungu sendiri adalah jenis umbi-umbian yang sangat banyak ditanam oleh masyarakat di kebunnya.

Kelompok kami sangat tertarik untuk memberikan pendampingan serta pelatihan pengembangan kemasan produk pada usaha rengginang ubi ibu surni dalam menghadapi persaingan dagang di era globalisasi dalam rangka program proyek desa mata kuliah pengembangan bisnis usaha kreatif Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi(STIE) Bima. Setelah kami melakukan observasi untuk kelokasi usaha ibu suharni dan menjadikan usaha ibu suharni sebagai mitra, yang akan berkenan meluangkan waktu, mau membagikan masalah yang dihadapi, serta mengikuti kegiatan ini.

## **2. METODE**

Dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menggunakan tahapan dimana kegiatan pendampingan ini termaksud dalam salah satu program proyek desa kelanjutan dari program kerja kegiatan Kuliah Kerja nyata (KKN) yang berlokasi di desa Raba Baka kecamatan Woja Kabupaten Dompu pada tahun 2022. Kegiatan dilakukan dengan beberapa tahap yaitu: 1). Melakukan survey kembali tempat di laksanakan program kuliah kerja nyata dengan mengfokuskan pada pendekan kepada pelaku usaha didesa Raba Baka untuk mengetahui permasalahan pada pelaku usaha. 2). Memilih mitra untuk dilakukannya pendampingan, yaitu mitra ibu suharni dengan produk rengginang ubi. 3). Melakukan pelatihan dan pengembangan.

## **3. HASIL & PEMBAHASAN**

Kegiatan program proyek desa dengan mata kuliah pengembangan usaha kreatif melalui pendampingan dan pelatihan pengembangan kemasan produk kekinia dilaksanakan pada tanggal 17 desember 2022. dengan kegiatan awal melakukan survey kembali lokasi pada saat dilaksanakannya program kuliah kerja nyata (KKN) untuk lebih memperhatikan pelaku usaha dan untuk mengetahui permasalahan yang di alami pelaku usaha di desa Raba Baka. Kegiatan ini ditujukan pada pelaku usaha yang berada di desa Raba Baka.

Masih banyak pelaku usaha yang belum mengetahui pentingnya pengembangan kemasan yang baik, aman dan menarik pada usahanya. Padahal kemasan sangat penting meningkatkan penjualan produk karena kemasan dapat melindungi produk, menjaga keamanan produk dan yang paling penting kemasan yang menarik dapat merik minat beli konsumen,

sehingga pemasaran produk dapat berkembang. Salah satunya adalah pelaku usaha ibu suharni dengan produk rengginang ubi, kami memilih ibu surhani untuk menjadi mitra kami yang akan berkenan meluangkan waktu, mau membagikan masalah yang dihadapi, serta mengikuti kegiatan ini.



**Gambar 1.** Kegiatan pendampingan

Proses pendampingan dan pelatihan pengembangan kemasan dilakukan mulai dari memberikan pemahaman tentang pentingnya pengembangan desain logo pada kemasan, karena pada dasarnya desain logo kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen dan kami memilih warna ungu sebagai warna desain logo kemasan agar sesuai dengan warna bahan dasar produk yaitu ubi ungu.



**Gambar 2.** Hasil pendampingan dan pelatihan pengembangan kemasan

Selanjutnya kami memperlihatkan dan mengelakan kemasan menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk rengginang ubi yang memadai akan menjadi pilihan konsumen. Selain itu faktor yang harus diperhatikan dalam memilih kemasan produk harus memperhatikan apa yang menjadi tren di masyarakat. Kemasan yang tidak up-to-date akan memberikan kesan produk ketinggalan jaman, dan karena pada saat ini sedang trend kemasan standing pouc kami juga mengenalkan kemasan standing pouc ke usaha renggunang ubi . Kemasan yang bagus tentu akan mempengaruhi harga produk.

#### **4. KESIMPULAN**

Pelaku usaha pelaku usaha di desa Raba Baka belum mengetahui pentingnya kemasan pada produk yang dijualnya, salah satunya produk usaha rengginang ubi. Dengan adanya program proyek desa pengabdian kepada masyarakat, kami melakukan pendampingan dan pelatihan terkait pentingnya pengembangan kemasan produk dalam meningkatkan penjualan produk. Hal pertama yang dilakukan adalah pentingnya pengembangan desain logo pada kemasan, karena pada dasarnya desain logo kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Selain itu juga memperlihatkan dan mengelakan kemasan menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk rengginang ubi yang memadai akan menjadi pilihan konsumen. Selain itu faktor yang harus diperhatikan dalam memilih kemasan produk harus memperhatikan apa yang menjadi tren di masyarakat. Kemasan yang tidak up-to-date akan memberikan kesan produk ketinggalan jaman, dan karena pada saat ini sedang trend kemasan standing pouc kami juga mengenalkan kemasan standing pouc ke usaha renggunang ubi.

#### **5. UCAPAN TERIMA KASIH**

Mengucapkan banyak terima kasih kepada Lembaga Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, LPPM (Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat) atas bantuan dana dan fasilitas yang sudah diberikan. Ucapan terima kasih dipersembahkan teruntuk Civitas akademika STIE Bima, atas dukungan dalam kegiatan pengabdian masyarakat yang sudah dilakukan sebagai bentuk MBKM

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo dan Kemasan Produk. 4, 69–76.
- Arisinta, O. ., & Samsul, F. J. (2023). Penyuluhan Pemasaran Dan Pengenalan Produk Pada Kerupuk Beras Oryzativa Di Desa Balung Kecamatan Arosbaya Kabupaten Bangkalan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 105–110. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/351>

- Arifudin, O., & Tanjung, R. (2020). Pendampingan Peningkatan Inovasi Produk Makanan khas Subang Jawa Barat. 4(6), 7-12
- Anggoro, A., Arinda, I. Y., Rohmah, Irawan, N. C., Utomo, P., Putra, R. B., Tubarad, Y. P., Zulianto, M., Susanto, D., Metris, D., Musthopa, A., Zunaidi, A., & Miranda, M. (2023). Ekonomi Indonesia Pasca Pandemi: Peluang dan Tantangan. Pustaka Peradaban.
- Dewi, M., Hubeis, M., & Riani, E. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT Madani Food, Jakarta). Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah, 15(1), 77-83
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2021). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk di Desa Gajahrejo terletak di Kecamatan berbatasan langsung dengan Samudra Hindia sehingga memiliki kawasa. 3(April).
- Kustiari, T., & Fidi Astutik, D. . (2023). Penyuluhan dan Pelatihan Diversifikasi Produk Olahan Cabai Pada Kelompok Wanita Tani "Larasati" Desa Andongsari, Ambulu, Kabupaten Jember. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 8-14. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/360>
- Mandasari, D. j., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi Pemasaran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 13(1), 123-128
- Rudini, A., Aryani, D., Saputri, E., Ilmi, F., Maulana, F., Wibawa, F. A., Ashari, R., Rusyani, R. N., & Angreni, S. D. (2021). Pendampingan Ukm Dalam Strategi Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk Industri Rumahan Kerupuk Rengginang Cap Dua Bawang Produksi Mekar Jaya Di Sampit. *Profit: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 34-40
- Solihin, D., Susanto, N., Setiawan, R., Ahyani, & Darmadi. (2020). Penerapan Strategi Pemasaran Sebagai Upaya Meningkatkan Usaha Kecil Dan Menengah Warga di Kelurahan Paninggilan Utara Ciledug. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 351-355.
- Suriyati, S., Putri, F. T. A., & Irmayanti, I. (2023). Pendampingan Strategi Pemasaran secara Online pada Home Industry Rengginang di Desa Padaelo, Kajuara, Bone, Sulawesi Selatan. *Welfare : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 56-61. Retrieved from <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/Welfare/article/view/364>
- Wahmuda, F., & Hidayat, M. J. (2020). Redesain Logo Dan Media Promosi Sebagai Citra Produk Makanan Ringan Ukm Benok. *ANDHARUPA: Jurnal Desain*

Komunikasi Visual & Multimedia, 6(02), 147-159.  
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3307>

- Yulistina, Prasetyo and Rosiawan. (2022). Pendampingan & Pembuatan Logo Kemasan “Opak Ketan Dan Rengginang” Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Pemasaran Industri Umkm Di Desa Kedawung. Konferensi Nasional Penelitian dan Pengabdian (KNPP) Ke-2, 24 Maret 2022
- Zunaidi, A. Maghfiroh, FL, Pendampingan Masyarakat Melalui Manajemen Fundrising dalam Upaya Menghimpun Dana dan Mempercepat Renovasi Pembangunan Masjid Baiturrahim Nganjuk. Jurnal Ilmiah Pengabdhi, Vol 8 , No 1, 2022. <https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v8i1.13915>
- Zunaidi, A. Rahmah, Risa. Salsabila, Salma., (2020). Meningkatkan Motivasi Akademis Selama Pandemi Pada Mahasiswa Baru Fakultas Febi Iain Kediri, Jurnal Dedikasi PKM: Prodi Manajemen Universitas Pamulang Vol 2, No 3 (2021) DOI:<http://dx.doi.org/10.32493/dedikasipkm.v2i3.12627>
- Zunaidi, A. (2022). Diklat Makalah Sebagai Implementasi Potensi Kepenulisan Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Mahasiswa Selama Pandemi Covid 19. Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi, 2(1),1-7.<https://doi.org/10.58466/literasi.v2i1.151>
- Zunaidi, A. (2020). Meningkatkan Pemahaman Masyarakat tentang Peran Pegadaian Syariah dalam Menyukseskan Program Pemulihan Ekonomi Nasional pada Masa Pandemi Covid19. Jurnal Ilmiah Pengabdhi, Vol 7, No 2 DOI:<https://doi.org/10.21107/pangabdhi.v7i2.11424>