

Peningkatan Kualitas Kemasan Emping Melinjo dan Ikan Asin untuk Daya Saing UMKM di Desa Wisata Sukarame-Carita, Pandeglang

¹ Santi Octavia ² Amanda Putri Lubis ³ Sri Setiawati ⁴ G.Sinulingga; ⁵ Ainun Nazriah, ⁶ Irma Setyawati ;
⁷ Lisa Sarinah ; ⁸ Puji Rahayu

Email : ¹Santi.djailani@stiemi.ac.id ; ²lestari8@gmail.com ³ sri.setiawati@stiemi.ac.id;
⁴gairah.sinulingga@stiemi.ac.id ; ⁵ainun.nazriah@gmail.com ; ⁶irmasetyawati@civitas.unas.ac.id;
⁷lisa.sarinah@civitas.unas.ac.id ⁸Puji_rahayu@mercubuana.ac.id

STIE-Manajemen Bisnis Indonesia; ^{1);2);3);4)}
Universitas Krisnadwipayana⁵⁾ ; Universitas Nasional ;^{6);7)} Universitas Mercu Buana⁸⁾

Abstrak

Kegiatan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) merupakan kegiatan pengabdian masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas kemasan produk emping melinjo dan ikan asin sebagai upaya penguatan daya saing Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) lokal di Desa Wisata Sukarame, Kecamatan Carita, Kabupaten Pandeglang. UMKM di wilayah ini memiliki potensi besar dalam pengolahan produk lokal, namun masih menghadapi berbagai kendala, terutama pada aspek kemasan yang kurang menarik, tidak tahan lama, dan belum memenuhi standar pasar wisata. Melalui pendekatan partisipatif, tim pengabdian melaksanakan pendampingan berupa pelatihan desain kemasan, pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan tahan lama, serta strategi pemasaran berbasis digital. Metode yang digunakan mencakup observasi lapangan, identifikasi permasalahan, pelatihan dan pendampingan teknis, serta evaluasi hasil. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kemasan dalam membangun citra produk, serta meningkatnya minat beli dari konsumen lokal maupun wisatawan. Program ini diharapkan dapat memperkuat posisi UMKM Desa Sukarame dalam rantai nilai ekonomi pariwisata dan mendorong keberlanjutan usaha lokal yang lebih kompetitif.

Kata kunci: UMKM, kemasan produk, emping melinjo, ikan asin, daya saing, desa wisata

Abstrack

"The Community Partnership Program (PKM) is a community service activity aimed at improving the packaging quality of melinjo chips and salted fish as an effort to strengthen the competitiveness of local Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Sukarame Tourism Village, Carita Sub-district, Pandeglang Regency.". MSMEs in this area have significant potential in processing local products but still face challenges, particularly in packaging that lacks attractiveness, durability, and compliance with tourism market standards. Through a participatory approach, the service team conducted a series of activities including packaging design training, selection of environmentally friendly and durable packaging materials, and digital marketing strategies. The methods applied involved field observation, problem identification, technical training and mentoring, as well as evaluation. The results showed increased awareness among MSME actors of the importance of packaging in building product image, along with growing consumer interest from both locals and tourists. This program is expected to strengthen the position of Sukarame Village MSMEs in the tourism economic value chain and support the sustainability of competitive local businesses.

Keywords: MSMEs, product packaging, *emping melinjo*, salted fish, competitiveness, tourism village

Pendahuluan

Desa Sukarame, yang terletak di Kecamatan Carita, Kabupaten Pandeglang, merupakan salah satu desa wisata dengan potensi besar dalam pengembangan ekonomi lokal berbasis produk unggulan masyarakat. Dua komoditas utama yang menjadi ciri khas wilayah ini adalah *emping melinjo* dan ikan asin. Produk-produk tersebut tidak hanya dikonsumsi oleh masyarakat lokal, tetapi juga memiliki peluang besar untuk dijadikan oleh-oleh khas bagi wisatawan yang berkunjung ke kawasan pesisir ini.

Namun demikian, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Sukarame masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan daya saing produknya, khususnya dari aspek kemasan. Kemasan yang masih sederhana, kurang informatif, dan tidak tahan lama membuat produk lokal kalah bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain, terutama di pasar pariwisata yang menuntut standar estetika, kebersihan, dan keamanan pangan yang tinggi.

Kemasan produk memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen terhadap kualitas dan nilai jual suatu produk. Kemasan yang menarik, higienis, dan fungsional dapat meningkatkan daya tarik visual serta memperpanjang umur simpan produk, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan penjualan dan perluasan pasar. Oleh karena itu, peningkatan kualitas kemasan menjadi langkah strategis dalam memperkuat posisi UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif.



Gbr. Team PKM Kolaborasi

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini merupakan bentuk kolaborasi lintas kampus yang melibatkan 40 perguruan tinggi dan sekitar 120 dosen, yang bekerja sama dengan masyarakat dalam rangka pemberdayaan UMKM. Program dilakukan melalui pelatihan desain kemasan, pemilihan bahan kemasan yang sesuai dan ramah lingkungan, serta strategi pemasaran digital. Pendekatan partisipatif diterapkan dalam kegiatan ini dengan melibatkan langsung para pelaku UMKM pada seluruh tahapan, mulai dari identifikasi kebutuhan hingga evaluasi hasil. Melalui kegiatan ini, diharapkan UMKM di Desa Wisata Sukarame mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta mendukung penguatan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan partisipatif yang menempatkan pelaku UMKM sebagai subjek utama dalam seluruh tahapan kegiatan. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun rasa kepemilikan, memperkuat keterlibatan masyarakat, serta memastikan keberlanjutan program setelah kegiatan berakhir.

Kegiatan dimulai dengan **observasi lapangan** untuk mengidentifikasi kondisi riil UMKM di Desa Sukarame, khususnya yang bergerak di bidang produksi *emping melinjo* dan ikan asin. Observasi ini dilakukan untuk mengenali permasalahan

utama yang dihadapi, khususnya dalam aspek pengemasan dan pemasaran.

Setelah tahap observasi, dilakukan **identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra** melalui diskusi kelompok terarah (FGD) dan wawancara dengan pelaku UMKM. Hasil identifikasi ini menjadi dasar dalam penyusunan materi pelatihan dan strategi intervensi yang relevan.

Tahap berikutnya adalah **pelatihan dan pendampingan teknis** yang meliputi:

- Desain kemasan yang menarik dan sesuai dengan karakteristik produk lokal,
- Pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan, higienis, dan tahan lama,
- Strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform online.

Kegiatan pelatihan disampaikan secara interaktif, disertai praktik langsung (hands-on) dengan melibatkan mitra UMKM secara aktif. Selain itu, dilakukan juga **simulasi penataan produk dan strategi branding** agar produk lebih siap bersaing di pasar wisata.



Gbr.Penyampaian materi dan Pendampingan

Tahap terakhir adalah **evaluasi hasil kegiatan**, yang dilakukan melalui observasi pasca-pelatihan, wawancara, dan kuesioner sederhana kepada peserta. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui peningkatan pengetahuan, perubahan sikap,

serta dampak awal dari program terhadap kualitas kemasan dan minat beli konsumen.

Hasil dan Pembahasan

Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan secara kolaboratif antara tim dosen dan mitra UMKM, dengan dukungan perangkat desa dan komunitas lokal. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Wisata Sukarame berhasil dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari observasi awal hingga evaluasi akhir, menunjukkan keterlibatan aktif dari para pelaku UMKM sebagai mitra program.



Gambar 1. Kemasan Emping melinjo

1. Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku UMKM

Hasil pelatihan dan pendampingan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan produk. Sebelum kegiatan, sebagian besar pelaku usaha masih menggunakan kemasan plastik polos tanpa label, tanpa mempertimbangkan aspek estetika dan ketahanan. Setelah mengikuti pelatihan, mitra mulai memahami prinsip-prinsip dasar desain kemasan, termasuk warna, logo, informasi gizi, dan identitas produk.

2. Inovasi Kemasan Produk

Melalui sesi praktik, pelaku UMKM berhasil membuat desain label dan mengaplikasikan kemasan baru untuk produk *emping melinjo* dan ikan asin. Kemasan yang digunakan kini berbahan lebih tebal, memiliki tampilan yang lebih menarik, dan dilengkapi informasi produk

yang lebih lengkap. Selain itu, beberapa mitra mulai menggunakan vacuum sealer untuk memperpanjang masa simpan produk, terutama ikan asin.

3. Penggunaan Media Digital dalam Promosi Produk

Dalam sesi pemasaran digital, pelaku UMKM diajarkan cara memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp Business, Instagram, dan Facebook sebagai media promosi. Sebagian mitra mulai membuat akun khusus untuk usaha mereka dan mengunggah konten promosi secara berkala. Strategi ini membuka peluang baru dalam memperluas jangkauan pasar, tidak hanya untuk konsumen lokal tetapi juga wisatawan dari luar daerah.

4. Respons Konsumen dan Dampak Awal

Setelah penggunaan kemasan baru dan promosi digital, beberapa UMKM melaporkan peningkatan minat beli dari konsumen. Produk dengan kemasan menarik lebih mudah dipasarkan di titik-titik oleh-oleh di sekitar kawasan wisata Carita. Meski belum dilakukan evaluasi kuantitatif jangka panjang, respons awal ini menjadi indikator positif bahwa kemasan berperan penting dalam membentuk citra dan daya tarik produk.

5. Tantangan dan Tindak Lanjut

Beberapa tantangan yang masih dihadapi antara lain keterbatasan akses bahan kemasan berkualitas di daerah, serta kebutuhan pelatihan lanjutan dalam pengelolaan keuangan usaha dan pemasaran digital secara konsisten. Oleh karena itu, dibutuhkan program lanjutan berupa mentoring berkala dan dukungan dari pemerintah daerah atau lembaga terkait.

Kemasan produk memiliki peran krusial dalam membentuk kesan pertama konsumen terhadap suatu produk. Dalam konteks UMKM Desa Sukarame, emping melinjo yang merupakan produk khas lokal

masih banyak dikemas menggunakan plastik polos tanpa label atau identitas produk. Hal ini menjadikan produk tampak kurang menarik dan tidak memberikan nilai tambah secara visual maupun fungsional.

Dari hasil diskusi dan wawancara dengan konsumen wisatawan yang datang ke Sukarame, ditemukan bahwa produk dengan kemasan polos seringkali dianggap sebagai produk rumahan biasa dan kurang higienis. Sebaliknya, kemasan yang memiliki desain menarik, mencantumkan informasi produk, tanggal kedaluwarsa, dan merek lokal yang kuat, lebih dipilih karena memberikan rasa kepercayaan, kebanggaan membeli produk lokal, serta dianggap cocok sebagai oleh-oleh.



Gbr . Kemasan Ikan Asin

Kemasan yang dirancang dengan baik juga berfungsi sebagai media promosi pasif. Dengan label dan desain visual yang khas, konsumen dapat dengan mudah mengingat produk, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Hal ini menjadi penting terutama di daerah wisata seperti Carita, di mana oleh-oleh bukan hanya soal rasa, tetapi juga citra dan keunikan produk.

Transformasi kemasan dari plastik polos menjadi kemasan bermerek dan informatif bukan sekadar perubahan tampilan, tetapi juga strategi pemasaran yang meningkatkan persepsi nilai (perceived value) konsumen terhadap produk tersebut. Kemasan yang baik mampu menciptakan daya saing yang kuat, meskipun dari sisi bahan baku dan rasa tidak banyak berubah.

Penutup

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Wisata Sukarame telah berhasil memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas kemasan produk UMKM lokal, khususnya emping melinjo dan ikan asin. Melalui pendekatan partisipatif, kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya kemasan dalam membangun citra produk dan memperluas pasar. Pelatihan desain kemasan, pemilihan bahan yang tepat, serta pemanfaatan strategi pemasaran digital memberikan dampak awal yang positif terhadap daya saing produk lokal.

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa dengan kemasan yang lebih menarik, informatif, dan fungsional, produk UMKM lebih mudah diterima di pasar wisata. Selain itu, keterlibatan aktif pelaku UMKM dalam seluruh proses menjadi modal penting dalam menjaga keberlanjutan program. Ke depan, diperlukan tindak lanjut berupa pendampingan lanjutan, penguatan jejaring distribusi, serta dukungan akses bahan baku kemasan dan teknologi produksi agar UMKM Desa Sukarame dapat tumbuh secara berkelanjutan dan kompetitif di pasar yang lebih luas.

Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah mendukung dan berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian

ini. Terutama kepada para pelaku UMKM di Desa Wisata Sukarame yang telah berpartisipasi aktif dan memberikan kepercayaan kepada tim pengabdian. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada pimpinan perguruan tinggi dan seluruh dosen yang terlibat dalam pelaksanaan program ini. Tidak lupa, kami menghargai dukungan dari perangkat desa dan komunitas lokal yang memfasilitasi kelancaran kegiatan. Semoga hasil pengabdian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi pengembangan ekonomi lokal dan keberlanjutan usaha UMKM di Desa Sukarame.

Daftar Pustaka

- Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi. (2020). **Desa Wisata sebagai Penggerak Ekonomi Lokal**. Jakarta: Kemendes PDTT.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Sumarwan, U. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suharto, E. (2009). *Pembangunan Masyarakat: Teori, Praktik dan Kritik*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Wijaya, A., & Lestari, P. (2021). Strategi Peningkatan Daya Saing Produk UMKM melalui Inovasi Kemasan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Mandiri*, 2(1), 15–2