

PELATIHAN PACKAGING DAN PEMBUATAN LOGO BAGI PELAKU UMKM UNTUK MENINGKATKAN NILAI EKONOMIS PRODUK

Erick Prayogo Walton¹, Haiyudi², Ratno Purnamasari³, Yudistira Bagus Pratama⁴,
Nurjanah⁵, Yurdayanti⁶, Rajab Vebrian⁷, Silvio Juliana Nabela⁸

^{1,3}Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

²Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁴Ilmu Komputer, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

^{5,6,8}Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

⁷Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung, Indonesia

erick.prayogowalton@unmuhbabel.ac.id¹

ABSTRAK

Abstrak: Kurangnya pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya identitas dan cara pengemasan produk menjadi permasalahan utama yang ada di Desa Batu Beriga, Kecamatan Lubuk Besar, Bangka Tengah, Bangka Belitung. Oleh karena itu, tujuan program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap pentingnya kedua aspek diatas. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini adalah pelatihan dengan tahapan pemaparan dan praktikum. Mitra dalam pelatihan ini adalah sebanyak 15 pelaku UMKM di Desa Batu Beriga. *Pre* dan *Post-test* dilakukan untuk mengetahui peningkatan pemahaman setelah dilakukan pemaparan dan praktik. Ditemukan sebanyak 30% peningkatan pemahaman terhadap aspek penting dalam perancangan logo produk dan 10% dalam aspek pengemasan dengan prosentase akhir sangat baik.

Kata Kunci: UMKM; *Vacuum Sealing*; Logo; Kemasan; Pemasaran Digital.

Abstract: *The lack of understanding among Micro, Small and Medium Enterprise (MSME) entrepreneurs about the importance of branding and product packaging is a major issue in the village of Batu Beriga, Lubuk Besar District, Central Bangka, Bangka Belitung. Therefore, the goal of this community engagement program is to improve the understanding of MSME entrepreneurs regarding the significance of these two aspects. The method used in this program is training, which includes presentations and practical sessions. The partners in this training are 15 MSME entrepreneurs in Batu Beriga village. Pre- and post-tests were conducted to measure the improvement in understanding after the presentations and practical sessions. It was found that there was a 30% increase in understanding of the key aspects of product logo design and a 10% increase in product packaging, with the final percentage of understanding being rated as excellent.*

Keywords: *MSME; Vacuum Sealing, Logo; Packaging; Digital Marketing.*



Article History:

Received: 10-05-2024

Revised : 24-05-2024

Accepted: 31-05-2024

Online : 16-06-2024



*This is an open access article under the
CC-BY-SA license*

A. LATAR BELAKANG

Rendahnya kemampuan packaging terhadap produk UMKM di Bangka Belitung masih menjadi pekerjaan rumah. Hal ini dikarenakan beberapa factor diantaranya rendahnya kemampuan dalam digitalisasi marketing (Christianingrum & Rosalina, 2017). Selain itu, bagi sebagian masyarakat pesisir belum memahami dengan baik tentang nilai jual produk sehingga pengemasan dalam hasil olahan masih terkesan biasa-biasa saja (Reniaty et al., 2021). Desa Batu Beriga merupakan salah satu desa yang berada di pesisir pantai pulau Bangka. Desa ini memiliki hasil laut yang beragam yang dapat menjadi olahan. Sayangnya, dalam proses memproduksi hingga penyebarluasan produk hasil olahan masyarakat masih mengalami beberapa permasalahan.

Permasalahan utama yang dialami oleh pihak mitra adalah rendahnya kemampuan pengemasan produk UMKM. Sebagaimana disebutkan di awal, Desa Batu Beriga merupakan desa pesisir yang memiliki olahan laut sebagai bahan dasar produk UMKM. Rendahnya kemampuan pengemasan terhadap produk olahan akan berdampak pada selera pasar yang rendah. Penampilan produk UMKM setidaknya harus menarik sehingga dapat dipasarkan secara meluas tidak hanya di daerah sekitar. Oleh karena itu, strategi-strategi tertentu harus dipikirkan oleh pelaku UMKM dalam upaya meningkatkan nilai jual produk. Salah satunya adalah dengan memperbaiki kemasan produksi (Dewi et al., 2020; Suryono et al., 2018).

Selain itu, tujuan pengemasan tidak hanya berhubungan dengan kerapian produk saja, melainkan untuk membuat menjaga ketahanan produk terutama produk dari olahan laut (Siwi Agustina & Tri Komalasari, 2022). Pelaku usaha harus memiliki kepekaan dalam melihat bahan dasar produk olahan. Ketahanan produk harus menjadi prioritas utama yang dipikirkan oleh pelaku UMKM. Produk yang memiliki ketahanan yang baik akan memiliki jangkauan pasar yang lebih luas sehingga nilai jual produk UMKM dapat meningkat (Dewanti et al., 2021; Kaliwanto et al., 2022).

Melihat keadaan dan permasalahan yang ada di Desa Batu Beriga tersebut, Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung mengambil langkah strategis dengan menjadikan Desa Batu Beriga sebagai desa binaan. Oleh karena itu, melalui pemetaan yang dilakukan terhadap permasalahan di atas, tim Bina Desa menentukan beberapa tujuan kegiatan untuk membantu pihak mitra menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.

Oleh karena itu, berdasarkan pemetaan permasalahan yang ada serta tujuan yang ditentukan, maka solusi yang ditawarkan adalah melalui pelatihan pengemasan produk UMKM serta pembuatan logo usaha. Dengan kata lain, program ini sebagai langkah awal penguatan pelaku UMKM untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan penjualan produk yang mereka miliki.

Berikut ini beberapa tujuan yang ditentukan yaitu untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM yang dapat berdaya saing luas. Menjadikan produk UMKM terlihat lebih menarik dalam aspek kemasan. Selanjutnya, tujuan

pelatihan ini adalah untuk menjaga produk agar memiliki hak kepemilikan yang jelas.

B. METODE PELAKSANAAN

Pelatihan Packaging dan Pembuatan Logo bagi UMKM ini dilaksanakan di Desa Batu Beriga, Kecamatan Lubuk Besar, Kabupaten Bangka Tengah, Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Partisipan dalam pelatihan ini terdiri dari 15 Pelaku UMKM yang berada di daerah pesisir dengan bahan baku produk berasal dari laut. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa langkah yaitu: (1) Pra Kegiatan atau Perencanaan; (2) Pelaksanaan; dan (3) Evaluasi. Secara rinci, masing-masing langkah dapat dilihat melalui Tabel 1.

Tabel 1. Tahapan-tahapan dalam proses pelatihan

| No | Tahapan | Keterangan | Waktu |
|----|-------------|--|------------------------------------|
| 1 | Perencanaan | 1. Survei lokasi | Januari 2024 |
| | | 2. Pemetaan permasalahan | |
| | | 3. Penentuan tujuan | |
| | | 4. Persiapan materi pelatihan | |
| | | 5. Persiapan instrument <i>pre-test</i> dan <i>post-test</i> | |
| 2 | Pelaksanaan | 1. Pemaparan materi tentang pembuatan logo produk | 6 Maret 2024 3 April 2024 |
| | | 2. Pemaparan materi tentang teknik pengemasan | |
| | | 3. Praktik pembuatan logo produk berbasis Canva | |
| | | 4. Praktik pengemasan produk/ vakum makanan | |
| 3 | Evaluasi | 1. Pre-test untuk mengetahui pemahaman <i>packaging</i> dan desain logo | 3 April 2024 |
| | | 2. Post-test untuk mengetahui pemahaman <i>packaging</i> dan desain logo | |
| | | 3. Penarikan kesimpulan | |

Untuk mengukur keberhasilan program pelatihan ini, beberapa instrument digunakan seperti form wawancara lisan dan kuesioner dengan menggunakan teknik skala likert. Adapun tujuan utama penggunaan skala likert ini adalah untuk mengukur peningkatan pengetahuan yang ada pada kelompok sosial dalam program ini disebut sebagai mitra pelatihan yaitu pelaku UMKM di Desa Batu Beriga. Adapun bobot skala likert yang digunakan rentang 1 sampai 5. Selanjutnya, nilai yang diperoleh akan dikonversit kedalam bentuk narasi sebagaimana Tabel 2.

Tabel 2. Bobot skala likert pada kuesioner

| No | Keterangan | Angka |
|----|--------------------|--------|
| 1 | Sangat Kurang Baik | 0-20 |
| 2 | Kurang Baik | 21-40 |
| 3 | Cukup Baik | 41-60 |
| 4 | Baik | 60-80 |
| 5 | Sangat Baik | 81-100 |

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebagaimana tujuan utama dari pengabdian adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang tata cara pengemasan produk dan memperluas jangkauan penjualan, maka beberapa langkah telah dilaksanakan mulai dari analisis kebutuhan hingga tahapan evaluasi. Secara lebih terperinci, masing-masing tahapan tersebut dijelaskan di bawah ini.

1. Tahap Perencanaan

Pada tahapan perencanaan, tim pengabdian melaksanakan beberapa program yaitu survei atau kunjungan ke lokasi mitra. Survei sebelum pelaksanaan program bertujuan untuk mengumpulkan informasi dan wawasan penting yang dapat membantu dalam merancang, mengimplementasikan, dan mengevaluasi program dengan lebih baik.

Dari survei dan wawancara singkat yang dilakukan kepada pihak mitra, ditemukan beberapa permasalahan penting yang dialami oleh sebagian besar pelaku UMKM yaitu kurangnya wawasan dalam proses pengemasan produk. Setelah proses produksi, pelaku UMKM cenderung memasarkan produknya secara langsung dengan teknik pengemasan seadanya. Hal ini selain tidak menarik secara penampilan, pengemasan seadanya yang dilakukan pelaku UMKM dikhawatirkan dapat mengurangi tingkat ketahanan produk. Padahal, rata-rata produk UMKM yang ada merupakan hasil laut yang sangat rentan dengan suhu ruangan.

Selanjutnya, setelah mengetahui permasalahan di atas, maka tim bina desa Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung langsung menentukan tujuan dan bentuk pelatihan yang diperlukan. Pelatihan pengemasan dan perancangan logo produk merupakan program yang dipilih untuk membantu mitra menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Selanjutnya, penentuan tenaga ahli di bidang pengemasan produk dan perancangan logo yang dilakukan melalui platform digital dilakukan untuk memberikan pelatihan kepada pelaku UMKM.

Dengan dilaksanakannya diskusi dan pemetaan tujuan dan program pelatihan tersebut diharapkan dapat membantu pihak mitra dalam menambah wawasan terhadap pentingnya pengemasan yang tidak hanya dalam aspek visual dan penampilan produk melainkan juga untuk menjaga ketahanan produk.

2. Tahap Pelaksanaan

Berdasarkan diskusi dan pemetaan tujuan yang dilakukan pada tahapan sebelumnya. Selanjutnya dilakukan pelatihan sebanyak dua kali yaitu pada tanggal 6 Maret 2024 dan 3 April 2024. Pelatihan tersebut dibagi menjadi dua tema yaitu pembuatan logo produk dan pelatihan pengemasan produk. Dalam masing-masing tema, tahapan program yang dilakukan adalah pemaparan materi yang selanjutnya diikuti dengan praktik secara langsung.

a. Pelatihan Desain Logo UMKM

Pelatihan pembuatan logo yang disampaikan mengedepankan ciri khas daerah mitra. Dalam pelatihan yang disampaikan, para pelaku UMKM diminta untuk memikirkan satu ikon yang ingin diangkat menjadi logo produk masing-masing pelaku UMKM. Dalam pelatihan tersebut, Pelatih memberikan pemaparan terkait beberapa aspek yang harus diperhatikan dalam perancang logo produk.

Desain logo yang efektif adalah elemen penting dalam membangun identitas merek untuk produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) (Handayani et al., 2021; Sony Erstiawan et al., 2021). Logo yang baik dapat membantu menarik perhatian, menyampaikan pesan yang jelas, dan membuat merek lebih mudah dikenali. Berikut adalah beberapa aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam desain logo untuk produk UMKM. Pertama, logo produk harus memperhatikan kesesuaian. Logo harus sesuai dengan jenis produk atau layanan yang ditawarkan oleh UMKM. Warna, bentuk, dan font harus mencerminkan industri atau pasar yang menjadi target (Sony Erstiawan et al., 2021). Kedua, logo harus menampilkan keunikan. Logo perusahaan atau merek UMKM harus dipastikan berbeda dari yang lainnya. Hal ini penting untuk menghindari kebingungan konsumen dan masalah hukum terkait hak cipta atau merek dagang. Berikut ini contoh logo yang dirancang berdasarkan jenis produk yang diproduksi.



Gambar 1. Contoh logo yang dirancang oleh pelaku UMKM melalui bimbingan tim Bina Desa.

Gambar-gambar tersebut merupakan poster promosi produk makanan yang dijual oleh Bu Rosiani, yang berlokasi di Desa Beriga, Bangka Tengah. Kedua gambar tersebut menampilkan produk kuliner yang berbeda, namun dengan desain yang konsisten, mencerminkan branding yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen. Informasi kontak dan lokasi yang jelas memudahkan calon pembeli untuk menghubungi dan menemukan penjual.

Aspek selanjutnya adalah keterbacaan. Logo yang mengandung teks atau inisial, pastikan teks tersebut mudah dibaca, baik dalam ukuran

besar maupun kecil. Banyak logo yang dirancang tidak terbaca hanya karena tidak memperhatikan jenis huruf dan ukuran (Adityawan et al., 2023). Selanjutnya, aspek yang tidak kalah penting adalah Warna. Warna dapat mempengaruhi persepsi dan emosi konsumen. Pemilihan warna yang sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan dan pelaku UMKM harus memastikan warna tersebut konsisten dengan identitas merek UMKM.

Aspek yang jarang diperhatikan oleh pelaku UMKM dalam merancang logo adalah keseimbangan dan proporsi. Desain logo yang seimbang dan proporsional biasanya lebih menarik secara visual. Pelaku UMKM harus memastikan elemen-elemen dalam logo diatur dengan baik. Yang terakhir, sebelum logo disebarluaskan, pelaku UMKM harus melakukan Pengujian dengan dengan pasar atau audiens. Hal ini dilakukan bersama rekan sejawat sesama pelaku UMKM ketika pelatihan selesai dilakukan untuk mendapatkan umpan balik apakah logo yang dibuat menarik atau tidak. Dengan mempertimbangkan aspek-aspek ini, Anda dapat membuat desain logo yang efektif untuk produk UMKM yang dapat membantu membangun merek yang kuat dan meningkatkan daya tarik di pasar.

b. Pelatihan Packaging (Pengemasan) Produk

Pelatihan pengemasan produk UMKM berbahan makanan laut adalah langkah penting untuk memastikan bahwa produk tersebut aman, tahan lama, dan menarik bagi konsumen. Pengemasan yang baik juga dapat meningkatkan nilai tambah produk dan membantu UMKM bersaing di pasar yang lebih luas. Dalam pemaparan materi, disampaikan beberapa komponen kunci yang harus diperhatikan dalam pelatihan pengemasan produk berbahan makanan laut untuk UMKM.

Yang pertama adalah urgensi atau pentingnya pengemasan dalam industri makanan terutama yang berbahan dasar makanan laut. Pengemasan bukan hanya tentang estetika, tetapi juga tentang memastikan keamanan pangan, memperpanjang umur simpan, dan mencegah kontaminasi (Ermawati et al., 2019; Mashadi & Munawar, 2021). Komponen selanjutnya yang harus diperhatikan adalah material pengemasan yang sesuai. Selama pelatihan, pelaku UMKM dikenalkan dengan berbagai jenis material pengemasan yang cocok untuk makanan laut, seperti plastik, kaca, kaleng, atau bahan biodegradable. Faktor seperti ketahanan terhadap kelembaban, oksigen, dan perubahan suhu perlu dipertimbangkan. Dalam aspek ini, pelaku UMKM sepakat bahwa material pengemasan yang mereka gunakan adalah berbahan plastik untuk selanjutnya dilakukan vakum produk untuk membuat produk UMKM mereka lebih tahan lama.

Dalam kaitan dengan material pengemasan, komponen yang harus diperhatikan selanjutnya adalah teknologi pengemasan modern.

Pelaku UMKM harus memahami teknologi terbaru dalam pengemasan makanan laut, seperti *vacuum sealing*, *modified atmosphere packaging (MAP)*, dan teknologi aseptik (Ilhan et al., 2021; Patil et al., 2020). Teknologi ini membantu memperpanjang umur simpan dan menjaga kualitas produk.



Gambar 2. Pelaku UMKM Praktik Menggunakan *Vacuum Sealing*

Langkah pertama dalam proses *vacuum sealing* adalah mempersiapkan mesin *vacuum* dan kantong khusus. Mesin *vacuum sealing* hadir dalam berbagai jenis dan ukuran, mulai dari yang portabel untuk penggunaan rumah tangga hingga yang lebih besar untuk kebutuhan komersial. Kantong yang digunakan juga tidak sembarangan, biasanya terbuat dari bahan khusus yang tahan bocor dan mampu menahan tekanan tinggi.

Setelah menyiapkan alat dan bahan, langkah berikutnya adalah memasukkan makanan ke dalam kantong. Pastikan untuk tidak mengisi kantong terlalu penuh agar proses penyegelan bisa berjalan dengan sempurna. Kemudian, letakkan mulut kantong ke dalam slot mesin *vacuum* dan tutup mesin dengan rapat. Saat mesin diaktifkan, udara akan disedot keluar dari kantong, menciptakan ruang hampa di dalamnya.

Komponen selanjutnya yang harus diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah proses pengemasan yang efisien. Pelaku UMKM perlu memahami cara mengatur proses pengemasan yang efisien, termasuk alur kerja, pemilihan peralatan, dan manajemen waktu. Pelatihan ini dapat membantu UMKM meningkatkan produktivitas. Komponen terakhir yang disampaikan adalah uji coba dan validasi. Sebelum meluncurkan produk ke pasar, penting untuk melakukan uji coba dan validasi pengemasan. Pelatihan yang dilakukan mencakup cara melakukan uji coba untuk memastikan keawetan dan keamanan produk (Adilah et al., 2022; Agung Jatmiko et al., 2024).

Pelatihan yang mencakup semua aspek ini akan membantu pelaku UMKM menciptakan produk yang aman, berkualitas tinggi, dan menarik bagi konsumen, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing di pasaran tidak hanya di Desa Batu Beriga ataupun

Bangka Belitung, namun yang lebih luas di pasaran nasional. Setelah pemaparan materi diatas, pelaku UMKM dilatih untuk melakukan pengemasan produk secara langsung yang dibimbing oleh pelatih. Dalam praktik yang dilakukan, pelaku UMKM diberikan pelatihan tentang menggunakan *Vacuum Sealing* untuk membuat produk UMKM lebih tahan lama.

3. Tahap Evaluasi

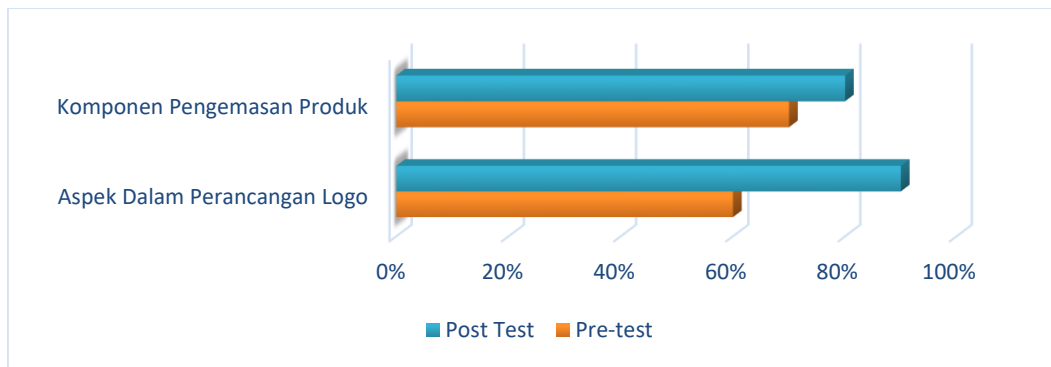
Tahap evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui tingkat peningkatan pemahaman sebelum dan setelah mendapatkan pelatihan. Dalam pengukuran yang dilakukan melalui kuesioner dan wawancara yang dilakukan oleh tim Bina Desa sebelum pelatihan, ditemukan bahwa pelaku UMKM masih mengalami kebingungan tentang aspek dan komponen yang harus diperhatikan dalam perancangan logo dan proses pengemasan. *“Biasanya kami hanya dijual langsung tanpa ada pengemasan produk secara khusus”* Responden 1.

Sementara itu, responden yang juga merupakan pelaku UMKM lainnya menyatakan bahwa sejauh ini mereka belum menggunakan logo khusus. Sehingga pembeli seringkali harus mengkonfirmasi siapa yang memproduksi produk UMKM yang mereka jual. Hal ini karena belum adanya identitas yang jelas. *“Banyak pembeli yang bertanya, siapa yang membuat produk ini. Karena memang belum ada logo yang kami gunakan”* Responden 2. Sementara itu, dari hasil kuesioner yang dilakukan, didapat perbedaan persentase pemahaman yang dialami oleh pelaku UMKM sebelum dan setelah pelatihan sebagaimana dijelaskan dalam Tabel 3.

Tabel 3. Perbandingan Pemahaman Sebelum dan Setelah Pelatihan

| No | Aspek | n | Pre-Test | | Post-Test | |
|----|------------------------------|----|-----------|------------|-----------|-------------|
| | | | (%) | Ket | (%) | Ket |
| 1 | Aspek-aspek Perancangan Logo | 15 | 3 (60%) | Cukup Baik | 4.5 (90%) | Sangat Baik |
| 2 | Komponen Pengemasan Produk | 14 | 3.5 (70%) | Baik | 4 (80%) | Sangat Baik |

Berdasarkan data dalam tabel, dapat disimpulkan bahwa pelatihan tersebut meningkatkan pemahaman responden terhadap produk baru. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya persentase pemahaman responden pada kedua aspek yang diukur. Selain dari tabel diatas, peningkatan pemahaman dalam aspek-aspek perancangan logo dan komponen penting dalam pengemasan produk sebelum dan sesudah dilakukan pelatihan juga disajikan melalui grafik pada Gambar 3.



Gambar 3. Perbandingan Pemahaman Pelaku UMKM Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Gambar tersebut merupakan grafik batang horizontal yang menunjukkan perbandingan hasil Pre-test dan Post-test pada dua kategori: "Komponen Pengemasan Produk" dan "Aspek Dalam Perancangan Logo." Terdapat peningkatan yang signifikan dalam pemahaman atau pengetahuan peserta pada kedua kategori setelah dilakukan intervensi. Pada kategori "Komponen Pengemasan Produk", terjadi peningkatan dari sedikit di bawah 60% pada Pre-test menjadi sedikit di atas 80% pada Post-test. Pada kategori "Aspek Dalam Perancangan Logo", terjadi peningkatan dari sekitar 60% pada Pre-test menjadi sekitar 90% pada Post-test. Melalui tabel dan gambar di atas, dapat dilihat bahwa peningkatan pemahaman yang dimiliki pelaku UMKM sangat jelas dalam kedua aspek yaitu perancangan logo dan komponen penting dalam pengemasan produk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setelah dilakukan pelatihan, pelaku UMKM memiliki pemahaman yang sangat baik.

4. Kendala yang Dihadapi

Dalam pelatihan yang dilakukan terdapat beberapa permasalahan yang menjadi kendala dalam keberlanjutan program. Kendala yang pertama adalah keterbatasan waktu. Pelatihan yang dilakukan hanya sebanyak dua kali dirasa kurang cukup untuk menguatkan pelaku UMKM. Pendampingan lebih lanjut masih sangat dibutuhkan untuk menguatkan keberlangsungan program terutama dalam perancangan logo.

Kendala selanjutnya adalah keterbatasan sumber daya manusia sebagai admin utama. Kendala yang dihadapi oleh pelaku UMKM adalah terkait dengan usia. Hal ini berhubungan langsung dengan kecakapan dalam mengolah teknologi. Sebagai contoh, ketika pendampingan sudah selesai, pelaku UMKM merasa kebingungan dalam menggunakan platform digital untuk mendesain logo UMKM. Singkatnya, setelah pelatihan ini selesai, tim peneliti mengajukan beberapa solusi seperti diadakannya admin utama yang harus dimiliki oleh desa setempat dalam memfasilitasi pelaku UMKM agar dapat mengembangkan produk dan pemasaran lebih luas. Selanjutnya,

pelatihan ini diharapkan dapat terus berlanjut ke jenjang pendampingan lebih lanjut untuk mengawal pengembangan produk lebih lanjut.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM terhadap aspek dan komponen yang perlu diperhatikan dalam perancangan logo dan pengemasan produk. Dari hasil evaluasi yang dilakukan, terdapat peningkatan yang signifikan dari pengetahuan sebelumnya sebanyak 30% untuk wawasan dalam perancangan logo produk dan 10% untuk pemahaman pada komponen pengemasan produk sebagaimana disajikan dalam tabel 3 pada tahap evaluasi. Tindakan lanjutan yang perlu dilakukan adalah pendampingan terhadap pengembangan produk termasuk teknik pemasaran secara digital. Hal ini sangat penting untuk mendukung keberlanjutan dalam proses produksi dan pemasaran produk UMKM.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Bangka Belitung yang sudah mendukung kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui Program Bina Desa.

DAFTAR RUJUKAN

- Adilah, S., Parupi, R., Miranda, M., & Yeni, Y. (2022). Pembaharuan Kemasan Tahu Goreng Sebagai Upaya Perbaikan Kemasan Bagi Umkm Di Desa Alai Selatan. *Selaparang: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(3), 1558–1563. <https://doi.org/10.31764/JPMB.V6I3.10506>
- Adityawan, O., Pratama, S. D., Rahadi, P. F., Ary, M., & Susanti, S. (2023). Brand Identity untuk UMKM Jahe Merah Jahena' Desa Cintaratu Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 5(1).halaman? <https://doi.org/10.51977/JSA.V5I1.974>
- Agung Jatmiko, H., Nurindra Rahmadia, S., Kurniawan, A., Rufi, I., Reicardi, A., Dahlan, A., & Ringroad Selatan, J. (2024). Perbaikan Kemasan Kripik Kulit Singkong pada UMKM 'The Jambal's' dengan Menggunakan Metode Kansei Engineering dan Quality Function Deployment. *JISF: Jurnal Integrasi Sistem Industri*, 11(1), 21–31. <https://doi.org/10.24853/JISI.11.1.21-31>
- Christianingrum, & Rosalina, E. (2017). Science And Technology For Tua Tunu Community In Improving The Economy Through The Utilization Of Pineapple Processed Products Into Products That Have Value Added. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 4(2). halaman? <https://doi.org/10.33019/JPU.V4I2.170>
- Dewanti, R. P., Ningsih, H., Paryanto, E., & Yudhanto, S. H. (2021). Desain Kemasan Produk UMKM Makanan Ringan sebagai Peningkatan Daya Beli Konsumen Keripik Singkong. *UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat Untuk Negeri)*, 1(2), 50–56. <https://doi.org/10.29138/UN-PENMAS.V1I2.1593>
- Dewi, M., Hubeis, M., ETTY Riani, dan, & Kelautan dan Perikanan Gedung Mina Bahari, K. (2020). Strategi Pemasaran UMKM Dalam Meningkatkan Daya Saing di Pasar Ritel Modern Carrefour (Kasus PT MadaniFood, Jakarta). *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil*

- Menengah*, 15(1), 77–83. <https://doi.org/10.29244/MIKM.15.1.77-83>
- Ermawati, E., Widya, S., & Lumajang, G. (2019). *Pendampingan Peranan Dan Fungsi Kemasan Produk Dalam Dunia Pemasaran Desa Yosowilangun Lor*. 2(2), 15.
- Handayani, T., Sidiq, F., Nur, S., Manajemen, P. S., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Pernalang, A. (2021). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen pada UMKM Konveksi Mutiara. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 1(02), 44–51. <https://doi.org/10.46772/JAMU.V1I02.349>
- Ilhan, I., Turan, D., Gibson, I., & ten Klooster, R. (2021). Understanding the factors affecting the seal integrity in heat sealed flexible food packages: A review. *Packaging Technology and Science*, 34(6), 321–337. <https://doi.org/10.1002/PTS.2564>
- Kaliwanto, B., Kusdiyana, Y., Rahmi, R. F., & Hidayat, T. (2022). Strategi Akselerasi Pengembangan Umkm Di Jawa Timur Melalui Teknologi Pengalengan Makanan Tradisional Menuju Rantai Nilai Global. *Value Added: Majalah Ekonomi Dan Bisnis*, 18(2), 54–64. <https://doi.org/10.26714/VAMEB.V18I2.10133>
- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 1–8. <https://doi.org/10.37641/JADKES.V2I1.1402>
- Patil, A. R., Chogale, N. D., Pagarkar, A. U., Koli, J. M., Bhosale, B. P., Sharangdhar, S. T., Gaikwad, B. V., & Kulkarni, G. N. (2020). Vacuum Packaging Is A Tool For Shelf Life Extension Of Fish Product: A Review. *Article in Journal of Experimental Zoology*, 23,issue? 807–810.
- Reniati, R., Sumiyati, S., & Faisal Akbar, M. (2021). Pelatihan pengolahan ikan dan pengemasan produk pertanian untuk pengembangan industri hilir desa Labuh Air Pandan. *ABSYARA: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(1), 41–48. <https://doi.org/10.29408/AB.V2I1.3442>
- Siwi Agustina, T., & Tri Komalasari, P. (2022). Bunda puspa: edukasi dan pendampingan kemasan produk usaha dari IRT di Desa Banyuurip Kabupaten Gresik. *J-Abdi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1). halaman? <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v6i2.1408>
- Sony Erstiawan, M., Wibowo, J., & Ekonomi Universitas Dinamika Surabaya, F. (2021). Efektivitas Strategi Pemasaran Dan Manajemen Keuangan Pada UMKM Roti. *DIKEMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1), 2581–1932. <https://journal.pnm.ac.id/index.php/dikemas/article/view/182>
- Suryono, C., Ningrum, L., & Dewi, T. R., (2018). Uji Kesukaan dan Organoleptik terhadap 5 Kemasan dan Produk Kepulauan Seribu secara Deskriptif. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 5(2), 95–106. <https://doi.org/10.31294/PAR.V5I2.3526>