

Redesain Kemasan Produk Olahan Keripik Jati Mulya

Djoko Adi Susilo^{1*}, Retno Marsitin², Kurriawan Budi Pranata³, Jacobus Wiwin Kuswinardi⁴

^{1,2}Program Studi Pendidikan Matematika, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

^{3,4}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

e-mail: djokoadi@unikama.ac.id, mars_retno@unikama.ac.id, kurriawan@unikama.ac.id,
wiwinkuswinardi@unikama.ac.id

* Corresponding Author

Article Info: Submitted: 12/01/2023 | Revised: 12/21/2023 | Accepted: 12/28/2023

Abstrak. Kemasan suatu produk dari hasil produksi merupakan nilai estetika dan penciri khusus yang dimiliki suatu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjelaskan kepada konsumen keunggulan dan kualitas produk. Namun, masih terdapat UMKM bernama Jati Mulya yang tidak memiliki kemasan produk melainkan produk tersebut dijual secara curah untuk pemenuhan kebutuhan konsumen disekitar warga local. Hal ini berpengaruh pada signifikansi pertumbuhan laju ekonomi suatu UMKM, karena sesungguhnya produk yang memiliki seni estetika kemasan yang menarik dapat menimbulkan daya tarik konsumen. Oleh sebab itu, pada kegiatan pengabdian ini mengambil studi kasus pada penyelenggaraan redesign produk pada usaha olahan camilan keripik bernama UMKM Jati Mulya yang sudah bergerak selama lima tahun. Sehingga metode pelaksanaan pada kegiatan pengabdian ini memberikan pemahaman UMKM Jati Mulya untuk membantu melakukan redesign produk camilan keripik guna meningkatkan daya saing produk baik pada sector lokal maupun regional. Diharapkan adanya redesign produk kemasan ini dapat meningkatkan pemasaran produk camilan keripik menjadi lebih dikenal dikalangan konsumen penggemar aneka macam keripik.

Kata Kunci: estetika, UMKM, redesign, local, regional.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan ujung tombak pertumbuhan ekonomi terbesar di Indonesia. Berbagai jenis produk telah dikembangkan melalui sector UMKM dan saling berlomba untuk meningkatkan omset dan asset penjualan dengan varian produk yang beragam. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM, sumbangan UMKM terhadap PDB Indonesia mencapai angka 60,34 persen pada tahun 2017. Artinya sekitar 60 persen nilai barang dan jasa yang diproduksi di Indonesia pada tahun 2017 berasal dari sektor UMKM. Ide Bisnis UMKM yang bisa makanan (kuliner), *merchandise*, *fashion*, komestik, *skin care*, *Make Up Artist* (MUA), perlengkapan bayi, furniture, Penginapan, Jasa Foto dan *Video* dan *Digital Marketing Agency* (Saputro et al., 2022). Hingga pada saat ini pihak Kementerian Koperasi dan UKM masih giat melakukan pembinaan kepada usaha mikro karena sebagian besar dari pelaku usaha mikro tersebut masih sangat membutuhkan bantuan untuk memajukan usahanya (Anggraini et al., 2021). Dalam pembinaan terhadap usaha mikro, maka perlu dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat kepada salah satu usaha mikro yang dalam hal ini dilakukan pada sebuah industri rumah tangga. Industri Rumah Tangga menurut Badan Pusat Statistik adalah suatu kegiatan pengubahan barang dasar menjadi barang jadi atau setengah jadi, atau dari yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya dengan maksud untuk dijual, dengan jumlah pekerja 1-4 orang (Joesyiana, 2017).

Keripik Jati Mulya merupakan salah satu industri rumah tangga yang berlokasi di Desa Jaten Kecamatan Trawas Kabupaten Mojokerto. Usaha ini mulai beroperasi sejak awal tahun

2019 yaitu awal-awal pandemic Covid 19 yang bermula dari pemecatan karyawan besar-besaran. Hasil dari dampak tersebut owner atau pendiri keripik jati mulya memulai usahanya dari hal yang kecil yaitu membuat keripik untuk konsumsi para tetangga hingga naik pada rentang pasar local di desa sekitar. Pada mulanya usaha ini merupakan usaha sampingan yang dibuat pemiliknya disaat mencari tambahan ekonomi untuk pemenuhan kebutuhan keluarga. Namun seiring berjalannya waktu pemiliknya menekuni usaha ini lebih fokus dan maksimal hingga menemukan jalan pangsa pasar yang lebih luas meskipun itu hanya pada sektor lokal pasar Desa Jaten. Berikut telah ditunjukkan produk yang dimiliki UMKM keripik Jati Mulya.



Gambar 1. Produk UMKM keripik Jati Mulya

Gambar 1 telah ditunjukkan produk yang dihasilkan UMKM keripik Jati Mulya berupa gelondongan besar keripik yang dibungkus dengan menggunakan plastic besar sejumlah sekitar 10 bungkus plastik besar. Produksi keripik tersebut hampir setiap tiga hari sekali dilakukan, jika laku dan menghabiskan sebanyak 5 bungkus plastic baru proses produksi pembuatan keripik dilakukan kembali. Hal ini dilakukan agar stok bahan produksi berjalan sesuai dengan kebutuhan biaya produksi. Produk keripik ini dijual secara curah disekitar pasar Desa Jaten. Adapun warga sekitar UMKM Keripik Jati Mulya juga membeli dengan secara curah dengan timbangan biasanya digunakan untuk suguhan acara hajatan, tahlilan, dan tasyakuran. Dengan perilaku manajemen pasar penjualan secara curah dan pembelian konsumen melalui takaran timbangan secara otomatis brand produk UMKM Jati Mulya tidak begitu dikenal di lingkup wilayah kecamatan Trawas, namun dikenal hanya sebatas dari mulut kemulut, tetangga sekitar UMKM, dan orang yang dikenal oleh UMKM. Batasan ini yang membuat laju pertumbuhan ekonomi UMKM Jati Mulya hanya sebatas lingkup Desa Jaten. Padahal meninjau jumlah produksi hingga sampai 10 bungkus plastik besar seharusnya brand produk UMKM Jati Mulya bisa dijadikan produk ikon unggulan Desa Jaten dan menjadi daya saing produk antar UMKM di lingkungan Kabupaten Mojokerto.

Berdasarkan uraian di atas maka untuk dapat meningkatkan daya saing perlu dieliminasi berbagai permasalahan yang dihadapi oleh mitra melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dengan melakukan *branding merk* berupa redesain logo dan kemasan agar dapat meningkatkan daya saing dan penjualannya (Lestari et al., 2023). Kemasan merupakan salah satu elemen yang berfungsi sebagai alat atau media promosi bagi suatu produk, karena kemasan merupakan hal pertama yang dapat dilihat oleh konsumen (Juniawan et al., 2023). Karena pada dasarnya sebuah produk yang dijual pasti memiliki pelindung atau lapisan untuk menahan interaksi lingkungan luar baik fisis maupun biologis terhadap kualitas gizi dan kesehatan produk yang dijual. Lapisan ini sebaiknya tahan terhadap fungsi waktu untuk melindungi produk dalam jangka waktu cukup lama. Lapisan ini lebih kita kenal sebagai kemasan yang memberikan implementasi dari hasil keseluruhan proses produksi. Kemasan ini memiliki fungsi dasar meminimalisir kerusakan dari produk yang dihasilkan terhadap factor fisik, kimiawi, maupun biologis dalam proses penyimpanan dan pemindahan (Kusumaningayu et al., 2020). Arti dari proses penyimpanan jika produk di display dalam rentang suhu ruang tertentu dengan kondisi cuaca yang lembab rentan terhadap pertumbuhan bakteri yang dapat merusak produk. Sedangkan arti dari pemindahan yaitu

jika produk dilakukan proses distribusi pada saat pengiriman dengan faktor guncangan, vibrasi maupun kontak dengan benda keras agar selalu tetap terlindungi. Selain terlindungi dari efek getaran fisis, peran kemasan juga berpengaruh pada informasi aktual kepada konsumen terkait data labelisasi produk yang ditawarkan sehingga akan berdampak pada sarana promosi (Kurniawan et al., 2020). Media sarana promosi ini pastinya akan membutuhkan informasi mengenai produk kepada konsumen untuk meyakinkan produk memiliki detail komposisi, kandungan gizi, dan aturan penggunaan. Kemasan produk yang unik juga mampu memberikan pengaruh minat terhadap konsumen. Hal ini sesuai dengan hasil dari pengabdian (Kusnandar et al., 2021) memberikan kesimpulan pengaruh perubahan terhadap signifikansi minat daya beli konsumen. Kemasan memiliki bentuk, tekstur, tampilan dan bahan yang memiliki dampak berbanding lurus dengan perubahan minat daya konsumen. Selain itu hasil dari kegiatan pengabdian (Hendrayani & Manihuruk, 2020) tampilan citra pada kemasan produk yang ditawarkan kepada konsumen dapat mempengaruhi naluri alamiah keputusan menentukan pilihan kepada konsumen untuk membeli dan tidak membeli dari produk yang ditawarkan. Dalam sebuah desain kemasan harus memperhatikan beberapa hal untuk dapat memberikan daya tarik bagi konsumen yaitu informasi yang tertera pada kemasan tersebut seperti informasi mengenai isi produk, nama produk serta keterangan-keterangan lain yang berkaitan dengan isi produk. Untuk membuat sebuah desain kemasan yang baik, terdapat beberapa kunci utama yaitu *simple* atau sederhana, fungsional, dan dapat menciptakan respon positif bagi konsumen (Christine Suharto Cenadi, 2000). Desain kemasan yang baik juga secara tidak langsung dapat memberikan identitas atau karakter bagi produk atau pemilik usaha. Untuk dapat menciptakan identitas atau karakter yang menarik diperlukan suatu kreativitas dalam membuat desain kemasan (Kusumaningayu et al., 2020). Berdasarkan uraian permasalahan mitra diatas, maka perlu dilakukannya tindakan dalam pelaksanaan pengabdian dengan fokus pada permasalahan redesign kemasan diharapkan dapat meningkatkan intensitas kualitas produksi terhadap kenaikan jumlah permintaan konsumen.

METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pada pelaksanaan kegiatan ini menggunakan metode pendekatan *Participatory Learning and Action* (PLA) (Juniawan et al., 2023). Metode ini dipilih karena menekankan kegiatan pada sosialisasi, diskusi, serta pelatihan dan pendidikan desain kemasan. Metode *Participatory Learning and Action* merupakan bentuk metode mengedukasi melalui proses pembelajaran yang dirangkum dalam bentuk sebuah pelatihan. Metode membutuhkan tindakan perencanaan, pendampingan, pemberdayaan, dan pengolahan yang dalam konteks kegiatan ini dalam hal pembuatan kemasan seperti yang dilakukan pada pengabdian pengolahan jamur tiram oleh (Kadir, 2023). Pola pemberdayaan masyarakat dengan metode PLA juga diterapkan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat bagi keluarga PKH baik dari segi moral dan peningkatan perekonomian masyarakat seperti yang dilakukan oleh (Darmawan et al., 2020). Pemberdayaan masyarakat lainnya yang menggunakan metode PLA adalah program pendampingan kelompok PKK dan Pokdarwis untuk mewujudkan pemberdayaan Desa Ramah Perempuan. Penerapan PLA pada kegiatan yang khusus pada pergerakan organisasi perempuan yang pada tarafnya adalah ibu-ibu tersebut merupakan opsi unggulan yang dirasa mampu diterapkan dimasyarakat untuk menstimulus keaktifan melalui kehadiran serta partisipasi nyata di setiap kegiatannya (Arbarini et al., 2023). Metode PLA juga berpengaruh sangat signifikan untuk meningkatkan partisipasi keaktifan bagi masyarakat desa terpencil yaitu di Desa Lubuk Bintialo menggunakan PLA sebagai pendekatan kegiatannya. Kegiatan ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap pemberdayaan bagi masyarakat yang tarafnya adalah desa tertinggal dengan asumsi jika desa tertinggal adalah dengan SDM yang masih awam dengan hal-hal kegiatan yang bersifat partisipatif. Pemberdayaan ini dilakukan analisis oleh suatu LSM melalui berbagai pendekatan sevcara mikro, pendekatan mezzo, dan pendekatan makro. Pendekatan mikro ini dilakukannya oleh LSM tersebut melalui dating kerumah warga satu persatu untuk dilakukan

assessment seberapa besar minat keamuan warga untuk dilakukan pemberdayaan. Pendekatan mezzo melalui klasifikasi data hasil assessment minat keamuan warga dalam pelaksanaan pemberdayaan. Sedangkan pendekatan makro melalui dengan cara pengumpulan warga secara serempak untuk diberikan pengarahan dan rencana tindak lanjut. Hasil yang paling efisien adalah melalui pemberdayaan pendekatan maro dengan metoda PLA karena pendekatan ini bisa membawa stimulus secara actual kepada warga seperti yang dilakukan oleh (Silmi, 2017).

PLA juga dapat diterapkan pada berbagai kegiatan pelatihan. PLA digunakan sebagai pendekatan observasi partisipatif, diskusi, pelatihan, dan wawancara untuk dalam melaksanakan kegiatan pelatihan ekonomi sirkular 3R. Hasil dari kegiatan adanya perubahan pola pikir dan pola hidup masyarakat akan pentingnya mengolah sampah dan keuangan melalui pelatihan ekonomi sirkular 3R dan literasi keuangan, dan juga praktik pembuatan tong komposter dan *ecobricks* (Kristianto, 2020). Pendekatan PLA juga diterapkan pada pelatihan uji kompetensi keahlian siswa sekolah kejuruan menggunakan metode PLA yang memberikan dampak penilaian kemampuan pengetahuan pada rentang sedang (Putra & Sadali, 2020). Berdasarkan implementasi PLA dapat diketahui bahwa metode PLA cocok digunakan pada kegiatan ini karena berbasiskan praktik pelatihan secara langsung. Pemilihan metode juga mempertimbangkan praktik langsung dapat menjawab pertanyaan dan permasalahan yang dialami secara langsung. Tujuan akhir dari kegiatan ini adalah transfer knowledge agar peserta kegiatan dapat melakukan perancangan, perhitungan biaya, dan desain kemasan produknya secara mandiri. Ebagai acuan terapan metode PLA telah dirincikan dalam bentuk tahapan kegiatan sebagai berikut dalam bentuk Tabel 1.

Tabel 1. Alur kegiatan pelaksanaan pengabdian

No	Tahapan	Deskripsi Kegiatan
1	Pra pelatihan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Koordinasi jadwal pelatihan, 2. Tempat pelatihan. 3. Pembuatan konsep pelatihan, 4. Pembuatan materi 5. Persiapan bahan-bahan yang digunakan saat pelatihan
2	Penyampaian materi	Sosialisai dan pemaparan materi terkait: <ol style="list-style-type: none"> 1. Materi basic konsep tentang teori kemasan 2. Materi estetika seni desain 3. Contoh macam-macam desain kemasan yang menarik 4. Deskripsi informasi pada kemasan yang standart dan informatif terhadap konsumen 5. Instalasi Corel Draw 6. Teori dasar text editor dengan menggunakan Microsoft word
3	Praktik	Praktikum disertai demonstrasi secara langsung berupa: <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembuatan desain gambar sketsa melalui media tulisan tangan pada kertas A4 disertai dengan bentuk desain logo, ukuran gambar, ukuran desain dan rencana warna desain, ukuran tulisan, bentuk tulisan, beserta perhitungan ukuran kemasan jika diterapkan pada lapisan produk. 2. Desain kemasan yang menjadi dalam bentuk sketsa di demnstrasikan menggunakan software corel draw disamakan dengan ukuran, bentuk, warna yang sudah dilakukan pada sketsa diawal. 3. Dilakukan percetakan secara sample menggunakan kertas biasa dirasa mitra sudah cocok maka percetakan yang lebih banyak selanjutnya dilakukan oleh mitra.

4	Pendampingan	Pendampingan dilakukan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan bersama dan pendampingan dilakukan secara daring baik kontak Whatsapp maupun media telpon.
5	Evaluasi	Evaluasi pelaksanaan kegiatan yaitu mitra menunjukkan hasil cetakan kepada tim pengabdian baik melalui media foto dokumentasi. Hasil evaluasi ini dijadikan luaran pada kegiatan pengabdian yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sesuai yang diungkapkan pada tahapan kegiatan pengabdian diatas telah dilakukan koordinasi dengan owner keripik Jati Mulya terkait dengan koordinasi jadwal pelatihan, tempat pelatihan, pembuatan konsep pelatihan, pembuatan materi, persiapan bahan-bahan yang digunakan saat pelatihan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Koordinasi dengan owner mitra keripik Jati Mulya

Gambar 2 menunjukkan bahwa hasil koordinasi dengan owner telah disepakati jadwal pelatihan, tempat, dan segala bahan yang dibutuhkan. Hasil dari koordinasi tersebut pihak mitra pengabdian meminta desain yang sederhana tapi informatif namun pihak mitra berkata secara terus terang untuk bahan-bahan pelatihan tidak bisa support terlalu banyak. Sehingga pihak tim pengabdian mengajukan mengajukan diri membuat sketsa desain yang sesuai dengan kriteria mitra yang diinginkan. Hasil sketsa desain tersebut ditunjukkan kepada mitra secara berulang kali hingga memenuhi kesepakatan yang sesuai. Sehingga pada tahap kegiatan pengabdian ini pihak tim pengabdian hanya menyampaikan materi secara eksklusif terhadap mitra Jati Mulya. Namun untuk segala praktik dan pendampingan tim pengabdian yang lebih ekstra melakukan kerja keras dalam mendesain kemasan keripik Jati Mulya. Hasil desain yang telah disepakati antara tim pengabdian dengan pihak mitra telah ditunjukkan pada Gambar 3.



Gambar 3. Hasil desain identitas kemasan keripik Jati Mulya

Gambar 3 telah ditunjukkan hasil desain yang kemasan yang siap diletakkan pada keripik Jati Mulya. Pencetakan redesign kemasan ini menggunakan kertas stiker vinyl yang memiliki jenis kertas yang sangat baik dalam hal cetak stiker, hal ini dikarenakan kertas vinyl ini memiliki permukaan yang glossy, tahan air, bertekstur yang lentur terhadap permukaan tempel plastic, dan memiliki daya tahan terhadap cuaca panas maupun dingin. Hasil redesign ini telah ditentukan berbagai ukuran yaitu Panjang 15 cm dan lebar 13 cm, ada yang Panjang 13 cm lebar 10 cm, dan ada yang Panjang 10 cm lebar 7 cm. Pada Gambar 3 telah ditunjukkan juga identitas

mitra tidak dalam bentuk logo melainkan dalam bentuk identitas tulisan Jati Mulya dengan nama varian berbagai macam keripik seperti keripik singkong, pisang, ketela, keripik tempe dan lainnya yang sudah disesuaikan dengan jenis produk yang ditawarkan. Untuk sementara mitra belum menghendaki adanya logo karena mitra hanya ingin dikenal nama usahanya saja untuk mensipmplekan desain dan agar mudah dikenal hanya berdasarkan nama saja. Pada desain tersebut telah diberikan kotak-kotak putih jedah tanggal kadaluarsanya. Diberikan kolom kotak-kotak putih tersebut sebenarnya untuk memudahkan pihak mitra dalam menulis secara manual jeda rentang kadaluarsa dari produk yang didisplay. Selain terdapat pengisian rentang tanggal kadaluarsanya, pada desain tersebut juga disertai juga nama pendiri dari usaha keripik Jati Mulya yaitu Pak Rin yang ditunjukkan pada Gambar 2. Beliau merupakan pendiri tunggal usaha keripik Jati Mulya dan menghendaki nama tetap tercantum dari seitan produk yang dipasarkannya. Selain informasi nama owner, juga diberikan informasi nomor ijin dari departemen Kesehatan. Hal ini ditampilkan untuk menguatkan dan memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk yang dijual telah tersertifikasi dari dinas Kesehatan dan sudah tidak diragukan lagi tingkat kehalalannya. Sedangkan bacground yang yang disematkan beragantung dari jenis produk misalkan desain menggunakan background singkong berarti keripik yang dijual adalah keripik singkong dan misalkan background ketela berarti keripik yang dijual adalah keripik ketela begitu dan seterusnya. Sedangkan, bentuk ukuran redesain ini disesuaikan dengan ukuran plastik kemasan dan ditentukan juga harga pertiap kemasan ukurannya seperti yang ditunjukkan pada Gambar 4



Gambar 4. Peletakan desain keripik Jati Mulya terhadap berbagai kemasan plastic.

Gambar 4 telah ditunjukkan hasil desain dengan identitas pihak keripik Jati Mulya yang diletakkan pada berbagai macam bentuk kemasan plastic yang memberikan kesan lebih baik dari sebelumnya yang hanya sebatas kemasan bungkusan plastic tanpa merk dan system penjualannya secara curah melalui perkiraan timbangan. Pada gambar 4 juga ditunjukkan bahwa dengan kemasan yang baru ini produk lebih enak dipandang daripada seperti yang ditunjukkan pada Gambar 1. Jika produk dirasa menarik pandangan konsumen maka produk ini dapat dijual dengan harga yang lebih tinggi dan lebih mudah dipasarkan. kemasan plastic yang ditunjukkan pada Gambar 4 dilihat juga memiliki plastik yang lebih tebal dan kedap udara agar menjaga produk tidak cepat melempem atau memiliki sifat lembap atau lembek, sehingga keripik yang dijual dapat dipastikan memiliki sifat tetap renyah.

Kemasan plastic yang ditunjukkan pada Gambar 4 juga memiliki ukuran yaitu ukuran plastic 22 x 14 cm, dan berat bersih produk yang diisi lebih kurang 200 gr. Produk dengan ukuran kemasan 200 gr tersebut dijual kepada konsumen dengan harga Rp. 20.000, -. Harga tersebut menurut pihak mitra masih tergolong dengan harga yang relative bersahabat dengan kantong konsumen. Asumsi pihak mitra dan tim pengabdian dengan kemasan baru ini dan tampilan produk yang menjadi lebih menarik akan lebih mudah diterima oleh pihak konsomen dan dapat dengan

mudah bersaing apabila dipasarkan melalui media sosial dan jika diletakkan di pusat atau gerai oleh-oleh yang ada disekitar lingkungan Trawas dirasa sudah layak untuk dikonsumsi oleh wisatawan pengunjung wisata Trawas.

PENUTUP

Berdasarkan urain hasil kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan memberikan dampak bagi mitra pada tampilan produk yang dijual melalui kegiatan redesain kemasan pada produk olahan camilan keripik. Pihak mitra menjadi lebih termotivasi dan lebih percaya diri terhadap tampilan produk yang ditawarkan kepada konsumen. Hal ini memberikan dampak jangka panjang kepada orientasi pemasaran selanjutnya untuk ditawarkan melalui pemasaran social media karena produk sudah layak untuk dan lebih menarik jika ditawarkan melalui media online. Adapun disaat proses pengiriman produk saat terjadi transaksi jual beli dengan konsumen pembeli secara online menjadi lebih efisien karena produk sudah dalam bentuk takaran simple dan mudah pada proses mempacking dengan melalui jasa pengiriman. Meskipun pengiriman membutuhkan waktu orde yang cukup lama tidak akan menurunkan kualitas produk karena kemasan sudah terlindung dengan baik. Setiap konsumen pasti akan melihat produk sebelum membeli jika ditinjau dari sisi konsumen juga tidak memberikan kecemasan dan kekhawatiran akan perihal kualitas kesehatan produk yang ditawarkan dari UMKM keripik Jati Mulya, karena produk yang ditawarkan sudah menampilkan ijin nomor Kesehatan dari Depkes dan melampirkan rentang jadwal tanggal kadaluarsa produk. Hal ini merupakan keunggulan jika produk ditingkatkan rentang pemasarannya hingga pada sector regional digerei-gerai produk kawasan wisata Trawas yang mayoritas pengunjung wisatnaya dari luar kota. Selain itu juga produk dengan kemasan yang sudah dilakukan redesain ini juga akan membawa dampak kepada potensi ikon produk unggulan daerah dikawasan wisata Trawas.

UCAPAN TERIMAKASIH

Diucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat dalam proses pelaksanaan kegiatan pengabdian ini yaitu dari pihak mitra UMKM keripik Jati Mulya yang sudah meberikan kesediaan waktu, tempat, sarana dan prasara pada proses kegiatan pengabdian ini. Diucapkan terima kasih juga kepada rekan-rekan tim pengabdi yang telah membantu dalam pelaksanaan, pendokumentasian hingga pada penulisan artikel kegiatan pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. A., Zen, Z. H., & Aristi, M. D. (2021). Peningkatan Daya Saing Produk Dapur Kue Dzikra Melalui Redesain Logo Dan Kemasan Produk, Dan Pengembangan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian UntukMu NegeRI*, 5(1), 133–138. <https://doi.org/10.37859/jpumri.v5i1.2528>
- Arbarini, M., Desmawati, L., Loretha, A. F., & Hardiyanti, N. (2023). Pendampingan Kelompok PKK dan Pokdarwis untuk Mewujudkan Pemberdayaan Desa Ramah Perempuan. *DIKMAS: Jurnal Pendidikan Masyarakat Dan Pengabdian*, 03(3), 659–668.
- Christine Suharto Cenadi. (2000). Peranan Desain Kemasan Dalam Dunia Pemasaran. *Nirmana*, 2(2), 92–103. <http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/index.php/dkv/article/view/16056>
- Darmawan, D., Alamsyah, T. ., & Rosmilawati, I. (2020). Participatory Learning and Action untuk Menumbuhkan Quality of Life pada Kelompok Keluarga Harapan di Kota Serang. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 4(2), 160–169. <https://doi.org/10.15294/pls.v4i2.41400>
- Hendrayani, Y., & Manihuruk, H. (2020). Redesain Kemasan Dalam Meningkatkan Brand Awareness Produk Unggulan Ukm Cilodong Berkarya. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 212–220. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i1.8338>
- Joesyiana, K. (2017). Strategi pengembangan industri rumah tangga di kota pekanbaru (Studi

- kasus usaha tas rajut industri pengolahan kreatifitas tali kur). *Jurnal Valuta*, 3(1), :159-172.
- Juniawan, F. P., Sujono, Syifania, D. Y., & Hamidah. (2023). Pembuatan Desain Kemasan Produk Untuk Pemberdayaan Industri Rumah Tangga dengan Metode Participatory Learning and Action. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7, 11–20.
- Kadir, J. A. (2023). PKM Olahan dan Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Pemberdayaan Industri Jamur Tiram Putih. *ABDIMAS TODDOPULI*, 8(2), 60–73.
- Kristianto, A. H. (2020). Implementasi circular economy 3R model dan literasi keuangan metode participatory learning action daerah 3T. *Caradde: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 174–180. <https://journal.ilinstitute.com/index.php/caradde/article/view/498/351>
- Kurniawan, D. T., Anugrahani, I. S., Prasasti, A., & Fitri, R. (2020). Pelatihan dan Pendampingan UMKM di Desa Gajahrejo dalam Pembuatan Desain Kemasan Inovatif Oleh-Oleh Khas Malang Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk. *VIVABIO: Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.35799/vivabio.3.1.2021.31380>
- Kusnandar, K., Harisudin, M., Adi, R. K., Qonita, R. A., Khomah, I., Riptanti, E. W., & Setyowati, N. (2021). Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk Ukm Murni Snack. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 320. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v4i2.34958>
- Kusumaningayu, I., Rolalisasi, A., Cahyo, I. K. L. E., & Kurniawan, M. R. (2020). *Re-Desain Kemasan Sebagai Strategi Peningkatan Omset Pada Umkm Pia "Mahen" Di Kecamatan Pandaan, Kabupaten Pasuruan*. 111–118.
- Lestari, K. S., Kadafi, R. M., Jatnika, T., Woelandhary, D. A., & Susanti, I. (2023). Workshop Redesain Kemasan Produk UMKM "Ayam Bakekok." *Jurnal Pengabdian Masyarakat: DIKMAS*, 2(June), 559–556.
- Putra, Y. K., & Sadali, M. (2020). *Pelatihan uji kompetensi keahlian siswa sekolah kejuruan menggunakan metode Participatory Learning and Action (PLA)*. 1(2), 80–86. <https://doi.org/10.29408/ab.v1i2.2772>
- Saputro, A., Anif, M., & Hari Prasetyo, B. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis. *Prosiding Seminar Nasional SISFOTEK*, 194–201. <http://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK>
- Silmi, A. F. (2017). PARTICIPATORY LEARNING AND ACTION (PLA) DI DESA TERPENCIL: Peran LSM PROVISI Yogyakarta dalam Pemberdayaan Masyarakat di Lubuk Bintialo, Sumatra Selatan. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran Dan Dakwah Pembangunan*, 1(1), 97. <https://doi.org/10.14421/jpm.2017.011-05>