



MADANIYA

[PUSAT STUDI BAHASA DAN PUBLIKASI ILMIAH](#)

★ P-ISSN : 0 <> E-ISSN : 27214834 ♦ Subject Area : Religion, Humanities, Science, Education, Social



1.43208
Impact



2625
Google Citations



Sinta 5
Current
Accreditation

[Google Scholar](#) [Garuda](#) [Website](#) [Editor URL](#)

History Accreditation

2020 2021 2022 2023 2024 2025 2026 2027 2028

Garuda Google Scholar

[Bimtek Penggunaan Aplikasi Mendeley dalam Mengelola Rujukan Karya Ilmiah](#)

[Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah](#) [Madaniya Vol. 6 No. 1 \(2025\) 538-546](#)

2025 DOI: [10.53696/27214834.1100](#) Accred : [Sinta 5](#)

[Peningkatan Kompetensi Menulis Referensi dengan Menggunakan Sistem ~APA~™ Edisi ke-7 pada Mahasiswa STKIP YPUP Makassar](#)

[Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah](#) [Madaniya Vol. 6 No. 1 \(2025\) 628-639](#)

2025 DOI: [10.53696/27214834.1110](#) Accred : [Sinta 5](#)

[Implementasi Kurikulum Merdeka Berbasis Lesson Study Bagi Guru UPT SMPN 4 Masamba](#)

[Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah](#) [Madaniya Vol. 6 No. 1 \(2025\) 359-367](#)

2025 DOI: [10.53696/27214834.1145](#) Accred : [Sinta 5](#)

[Transformasi Digital Melalui Kegiatan Pelatihan Microsoft Word di UPT SDN 226 Sidomakmur](#)

[Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah](#) [Madaniya Vol. 6 No. 1 \(2025\) 511-517](#)

2025 DOI: [10.53696/27214834.1164](#) Accred : [Sinta 5](#)

[Pendampingan Mahasiswa KKN-T UNCP dalam Meningkatkan Literasi, Numerasi, dan Pengoperasian Laptop Siswa di SDN 134 Kalaena](#)

[Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah](#) [Madaniya Vol. 6 No. 1 \(2025\) 518-524](#)

2025 DOI: [10.53696/27214834.1165](#) Accred : [Sinta 5](#)

[Pengenalan Media Pembelajaran Berbasis Augmented Reality Sebagai Literasi Digital Untuk Meningkatkan Pemahaman Siswa di SDN 130 Karambua](#)



Madaniya

📠 2721-4834 (ONLINE)

Website

ISSN Portal

About Articles

PUBLISHING WITH THIS JOURNAL

💰 The journal charges up to:

350000 IDR

as publication fees (article processing charges or APCs).

There is **no waiver policy** for these charges.

👤 Look up the journal's:

- Aims & scope
- Instructions for authors
- Editorial Board
- Anonymous peer review

🕒 Expect on average **7 weeks** from submission to publication.

BEST PRACTICE

🔒 This journal began publishing in **open access** in 2020. ⓘ

This journal uses a **CC BY** license.



→ Look up their license terms.

© The author **retains unrestricted** copyrights and publishing rights.

→ Learn more about their copyright policy.

JOURNAL METADATA

📍 Publisher
Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah, Indonesia

Other organisation
Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah

Manuscripts accepted in Indonesian

📁 LCC subjects ⓘ
Social Sciences

Keywords
language culture
education
community development

Added 20 July 2020 • Updated 20 July 2020

Vol 4 No 3 Agu 2023

ISSN 2721-4834

Madaniya



***Pusat Studi Bahasa
dan Publikasi Ilmiah
Indonesia***



HOME / Editorial Team

Editorial Team

Pimpinan Redaksi

- Muhammad Affan Ramadhana, *Politeknik Dewantara*, Sulawesi Selatan

Editor

- Rahmad Risan, *Universitas Negeri Makassar*, Sulawesi Selatan
- Muhammad Muzaini, *Universitas Muhammadiyah Makassar*, Sulawesi Selatan
- Superman, *Universitas Cokroaminoto Palopo*, Sulawesi Selatan
- Hasriani G, *Universitas Negeri Makassar*, Sulawesi Selatan
- Ibnu Muhajirin, *Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah*, Sulawesi Selatan
- Muhammad Iksan, *Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo*, Sulawesi Selatan
- Musdalifah, *Institut Ilmu Kesehatan Pelamonia Kesdam XIV/ Hasanuddin*, Sulawesi Selatan
- Dharma Fidyansari, *Politeknik Dewantara*, Sulawesi Selatan
- Husnani Aliah, *Universitas Muhammadiyah Palopo*, Sulawesi Selatan
- Muhammad Tahir, *Universitas Negeri Makassar*, Sulawesi Selatan

Reviewer

DESKRIPSI JURNAL

Madaniya (ISSN 2721-4834) adalah jurnal ilmiah yang menerbitkan artikel tentang ***pengabdian kepada masyarakat*** dalam perspektif multidisiplin ilmu. Jurnal ini merupakan wadah untuk para akademisi, praktisi, dan masyarakat untuk mengeksplorasi isu-isu dan praktik yang berkaitan dengan penelitian, implementasi teknologi, dan kebijakan tentang pemberdayaan masyarakat. Diterbitkan oleh *Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah*.

DOWNLOAD

HOME / ARCHIVES / Vol. 4 No. 3 (2023)

Vol. 4 No. 3 (2023)



Terbitan Kelimabelas - Agustus 2023

PUBLISHED: 2023-08-19

ARTIKEL

Introduksi Teknologi Pasca Panen dan Pemasaran Pada Kelompok Tani Penghasil Buah Tomat di Kecamatan Bontolempangan Kabupaten Gowa

Hasriani Hasriani, Sitti Arwati, Rahma Yuniartie Asih, Muh. Arief Alamsyah

871-881

PDF

Pemberdayaan Masyarakat Petani Kopi Melalui Pelatihan Budidaya Lebah Tidak Bersengat

A Hasdiansyah, Andi Gita Maulidiah Indraswari Suhri

882-889

PDF

Peningkatan Kompetensi Guru Produktif Program Keahlian Akuntansi dan Perpajakan SMK di Denpasar, Badung, Tabanan, dan Gianyar

Wayan Eny Mariani, I Gusti Ayu Astri Pramitari, Kadek Nita Sumiari, Ni Nengah Lasmini

890-895

PDF

Optimalisasi Penyebaran Informasi Potensi Desa Kamasan Kabupaten Klungkung

Ida Bagus Adisimakrisna Peling, Gde Brahupadhya Subiksa, Made Pasek Agus Ariawan, Luh Gede Putri Suardani, Ni Ketut Pradani Gayatri Sarja, Ni Nyoman Harini Puspita, Putu Oka Wisnawa, Made Pradnyana Ambara

896-903

PDF

Pendampingan Akuntansi dan Aspek Perpajakan pada UMKM sebagai Dasar Pengambilan Keputusan Strategis

Ketut Nurhayanti, Anak Agung Gde Mantra Suarjana, Putu Rany Wedasuari, Ni Made Wirasyanti Dwi Pratiwi 904-910

 PDF

Pendampingan Akuntansi dan Penganggaran pada UMKM se-Kabupaten Badung

Ni Komang Urip Krisna Dewi, Ketut Sinta Trisnadewi 911-916

 PDF

Penyuluhan Pemanfaatan Tepung dan Pewarna Alami Bunga Pisang Untuk Siswa Jurusan Agribisnis Tanaman Pangan dan Hortikultura SMKN 3 Salatiga

Rohadi Rohadi, Anisa Rachma Sari, Bambang Kunarto 917-921

 PDF

Revitalisasi Sistem Penerapan K3 dalam Layanan Upacara Adat Banjar Jeroan, Patemon Singaraja dengan Pemanfaatan Kompor Gas dan Chafing Dish

I Gusti Agung Bagus Wirajati, Luh Putu Ike Midiani, Made Ery Arsana 922-929

 PDF

Pelatihan Sistem Informasi dan Sumbangan Komputer serta Alat Terapi untuk Yayasan Tapasya Stroke Center di Tabanan

Dewa Ayu Indah Cahya Dewi, I Gede Suputra Widharma, I Made Budiada 930-940

 PDF

Sosialisasi Pembuatan Gapura Berdasarkan Hasil Sketsa Dengan Menggunakan Aplikasi Surfer

Deden Saputra, Doli Jumat Rianto 941-950

 PDF

Perencanaan Masterplan Pura Puseh Ian Desa, Desa Adat Tegallalang, Gianyar, Bali

Kadek Adi Parthama, I Nyoman Suardika, I Nyoman Ardika, I Gede Bambang Wahyudi 951-959

 PDF

Peningkatan Literasi Gizi Anak Melalui Makanan Sehat Anti Repot

Yulia Mutmainnah, Budi Tri Santosa, Afiana Rohmani, Diana Hardiyanti, Neni Virginia Rachmatika, Winda Khoeronisa Allia Lestari 960-968

 PDF

Peningkatan Pemahaman Penerapan SMK3 Konstruksi bagi Pekerja Bangunan di Desa Kedisan, Gianyar

Made Sudiarsa, Putu Hermawati, Lilik Sudiajeng, I G A Wulan 969-978

 PDF

Pendampingan Perijinan Produk Pangan Beku dan Informasi Nilai Gizi UMKM Salatiga

Karina Bianca Lewerissa, Sarlina Palimbong, Binardo Adi Seno Mawarno 979-985

 PDF

Pendampingan Perbaikan Kualitas Kemasan dan Labelisasi Produk demi Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk UMKM

Maria Angela Diva Vilanigrum Wadyatenti, Fransisca Desiana Pranatasari, Maria Sekar Ayu 986-992

 PDF

Kurangnya Pengetahuan Masyarakat Tentang Kanker Serviks dengan Metode IVA Test di Kelurahan Salekoe Kota Palopo

Yusnidar Yusnidar, Yurni Yurni, Fradya Dwi Putri

993-998

 PDF

Menilai Kesehatan Metabolik: Evaluasi Tingkat Gula Darah dan Asam Urat sebagai Alat Diagnostik

Wahyu Maulana Endris, Indah Sulistiyawati, Maditaningtyas Hawwa Zuwanda, Oksa Hugi Lestiani

999-1006

 PDF

Penyuluhan Pemilihan Alat Kontrasepsi Pada Wanita Usia Subur Sesuai Kondisi Kesehatan Akseptor

Ratika Febriani, Ratih Pratiwi, Indri Ramayanti, Kuntafie Tarik Al Haq Mukhtarudin, Rahma Syifa Aulia

1007-1012

 PDF

Pelatihan Penggunaan Aplikasi Livewire dan PCB Wizard di SMK Negeri 2 Palopo

Fitriani Fitriani, Risal Mantofani Arpin, St. Khaeratul Mukarramah, Rahmad Hidayat Dongka

1013-1018

 PDF

Sosialisasi Urgensi Pengelolaan Sanitasi Lingkungan di Destinasi Wisata Kabupaten Bondowoso

Khoiron Khoiron, Dewi Rokhmah, Ali Santosa

1019-1024

 PDF

Upaya Meningkatkan Potensi Pariwisata Desa Jatiluwih melalui Pelatihan Bahasa Inggris untuk Kelompok Usaha Bersama dan Tenaga Kebersihan

I Made Perdana Skolastika, I Gusti Ayu Mahatma Agung, Putu Nur Ayomi, Ni Wayan Suastini, I Gde Agoes Caskara Surya Putra, Ida Ayu Mela Tustiawati, Luh Ayu Mas Manis Mahawijayanti, Ni Luh Putu Bintang Aristya Canti

1025-1031

 PDF

Pendampingan Strategi Harga Jual Melalui Job Order Costing Pada Komunitas UMKM Karya Mapan Salatiga

Ida Nur Aeni, Anna Kania Widiatami, Lola Kurnia Pitaloka, Saringatun Mudrikah, Eka Susanti

1032-1040

 PDF

Pelatihan Formulasi Pakan untuk Ternak Ayam Kampung (FORKAN) di Desa Kalensari

Widya Hermana, Fadhilah Dhani Santika Falah

1041-1050

 PDF

Pembinaan Unit Usaha Alumni Universitas Riau "Mamil Koki" dalam Rangka Pengembangan Kewirausahaan Berbasis Marketing Public Relations dan Pemanfaatan Digital Marketplace

Tantri Puspita Yazid, Sedian Angela, Irwan Iskandar, Rury Febriana, Rummyeni Rummyeni, Ikhma Zurani

1051-1064

 PDF

Pelatihan Penerapan Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Numbered Head Together (NHT) pada Pembelajaran Matematika

Tetty Natalia Sipayung

1065-1071

 PDF

Desain dan Rancang Bangun Sanitasi Air Otomatis Berbasis Smart Relay di SDN Gedangan 6 Desa Girimulyo Kecamatan Gedangan Kabupaten Malang

Rahma Nur Amalia, Ika Noersyamsiana, Ruwah Joto, Tresna Umar, Divac Nabiel Akbar

1072-1077



Peningkatan Kemampuan Manajerial Pasca Panen Petani Rumput Laut di Wilayah Tana Luwu

Muhammad Ikram, Baso Ali, Muhammad Naim

1078-1089



Pendampingan Pengaturan Tata Letak Fasilitas Produksi Usaha Kecil Pembuatan Sanggah Kayu Bali "Labak Sari"

I Gede Nyoman Suta Waisnawa, I M Sudana, I M Rajendra, I G A Oka Sudiadnyani, I N Mei Rejeki

1090-1096



Upaya Peningkatan Pengetahuan Keluarga Tentang Stroke dan Perawatan Paska Stroke di Rumah

Wulan Sari Purba, Julianto Julianto, Astika Handayani

1097-1102



Pengabdian Kepada Masyarakat Pengembangan Usaha Frozen Food di Denpasar Barat

Ni Nengah Lasmini, Ni Wayan Dewinta Ayuni, I Ketut Suwintana, Kadek Adi Parthama

1103-1108



Pendampingan Guru Bahasa Inggris dalam Menerapkan Pembelajaran Kreatif dan Inovatif Melalui Pemanfaatan Media Berbasis Sampah di Kabupaten Luwu Timur

Masruddin Masruddin, Magfirah Thayyib, Yuyun Ruqiyat Said, Fadliyah Rahmah Muin, Mustika Mustika

1109-1121



Ruang Lingkup Program Kegiatan Mahasiswa Kampus Mengajar Angkatan 5 SDN 4 Karangrejo

Dewiarum Sari, Sandryas Alief Kurniasanti, Desna Ayu Wijayanti

1122-1130



Pendampingan Pemasaran Online Bagi Usaha Kain Tenun di Kampoeng BNI (Pusat Pengrajin Sutra Bugis Sengkang)

Rahmat Hidayat, Andi Jumardi, Wisnu Kurniadi

1131-1139



Pendampingan Strategi Pemasaran Produk Maggot demi Peningkatan Pendapatan Rumah Tangga di Kampung Wisata Kali Gajah Wong Yogyakarta

Rubiyatno Rubiyatno, Venantius Mardi Widyadmono, Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti, Theodorus Sutadi, Christina Heti Tri Rahmawati, Josephine Wuri, Trisnawati Rahayu

1140-1147



Pelatihan Packaging, Rebranding dan Digital Marketing Pada BUMDes Sri Sedana Munduk Temu, Tabanan

Ni Putu Rita Sintadevi, Putu Sandra Putri Astariani, Kadek Dwi Cahaya Putra, Ketut Vini Elfarosa, Gede Sedana Wibawa Yasa, A. A. Ayu Mirah Kencanawati

1148-1154



Pemanfaatan Inovasi Teknologi Pada Proses Produksi Madu yang Berkualitas dan Berkelanjutan

Irmawanty Irmawanty, Haerul Syam, Salwa Rufaidah

1155-1161



Pembuatan Video Campaign untuk Meningkatkan Kesadaran Calon Wisatawan Potensial Berbasis Digital bagi Kampung Wisata Kali Gajah Wong

Lucia Kurniawati, Fransiska Desiana Pranatasari, Yuliana Rini Hardanti, Laurentius Bambang Harnoto, Patrick Vivid Adinata, Maria Theresia Ernawati, Gregorius Hendra Poerwanto, Albertus Yudi Yuniarto, Aurelia Melinda Nisita Wardhani 1162-1169

 PDF

Kampung KB Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat dalam Penanggulangan Stunting di Kelurahan Mugarsari Kota Kecamatan Tamansari Kota Tasikmalaya

Mumu Mumu, Yus Darusman, Lilis Karwati, Nurlaila Nurlaila, Muhammad Rafli Alviansyah 1170-1179

 PDF

Edukasi Green Computing di Lingkungan Madrasah Aliyah Nihayatul Amal

Euis Nurlaelasari, Hilda Yulia Novia 1180-1184

 PDF

Pelatihan Pembelajaran Berbasis Daring Melalui Metode Interaktif di Desa Pineleng, Kabupaten Minahasa

Meike Paat, Yohanes Bery Mokalu 1185-1192

 PDF

Pelatihan Penulisan Artikel Penelitian Tindakan Kelas Untuk Meningkatkan Minat Literasi Guru

Muhammad Ihsan, Muhammad Mutakhir, Muhammad Irsal, Rudi Rudi, Ismail Ismail 1193-1202

 PDF

Pengembangan Produk Kacang Sembunyi dan Ladrang Sebagai Souvenir Desa Wisata Tista Melalui Pemberdayaan UMKM

Ni Made Rai Erawati, I Komang Wiratama, Cokorda Istri Sri Widhari 1203-1212

 PDF

Peningkatan Teknologi Pemotongan Asam Gelugur di Tingkat Perajin

Healthy Aldriany Prasetyo, Apip Gunadi, Mahliza Nasution 1213-1222

 PDF

Digitalisasi Pariwisata di Desa Ake Bay, Pulau Maitara

Halida Nuria, Sulmi Magfirah, Ikmal Muhammad 1223-1229

 PDF

Pemberdayaan Masyarakat melalui Peningkatan Produksi dan Pemasaran Digital Keripik Durian dalam Rangka Mewujudkan Kemandirian Ekonomi Kreatif

Hardianto Hardianto, Siaulhak Siaulhak, Mariyam Mangkunegara 1230-1237

 PDF

Edukasi dan Sosialisasi Perubahan Perilaku Pada Peserta Didik Jenjang Pendidikan Sekolah Dasar Sebagai Upaya Strategi Penerapan Perilaku Nonfood Waste di Indonesia

Yusnarida Eka Nizmi, Winna Sarikusumaningtyas, Ahmad Ibrahim Roni Surya Hasibuan, Mandataris Mandataris 1238-1245

 PDF

Pengolahan Limbah Produk VCO Menjadi Arang Briket

I. G. A. Oka Sudiadnyani, I Ketut Suwintana, I. G. Putu Mastawan Eka Putra, Ketut Nurhayanti, I Made Agus Putrayasa 1246-1252



Revitalisasi Sistem Penerangan Jalan Instalasi Lampu Penerangan Jalan Tenaga Surya Untuk Pemberdayaan Kegiatan Masyarakat Banjar Jeroan Patemon Singaraja

I Made Anom Adiaksa, I Wayan Suastawa, I Wayan Suma Wibawa, Made Ardikosa Satrya Wibawa 1253-1261



Pendampingan Pengurusan Jenazah Putri di Dukuh Ngentak Jumapolo Karanganyar

Daliman Daliman, Baehaqi Baehaqi, Linda Evy Oktaviani, Izdihar Nadifatun Nisa, Nafiah Nur Husnaini, Millati Azka Zen 1262-1272



Limbah Plastik Menjadi Industri Kreatif Bernilai Ekonomi Sebagai Kreativitas dan Inovasi Mahasiswa Prodi Administrasi Bisnis

Mandataris Mandataris, Okta Karneli, Saiman Pakpahan, Syofiatul Safitri, Ruzikna Ruzikna, Lie Othman, Mariaty Ibrahim 1273-1280



Edukasi Peningkatan Kesehatan Mental Pada Remaja Karang Taruna Bina Karya Remaja Desa Sumurjomblangbogo Kabupaten Pekalongan

Aji Cokro Dewanto, Kharismatul Khasanah, Isrofah Isrofah, Elvina Yuniarti Prasetya, Maruf Islammudin 1281-1287



Pelatihan Bahasa Inggris Kepada Guide Cilik dengan Menggunakan Media Flash Card Berbasis Kearifan Lokal Pada Lokasi Wisata Ke'te' Kesu' Toraja Utara

Shilfani Shilfani, Astriwati Biringkanae, Nilma Taulabi, Elim Trika Sudarsi 1288-1294



DESKRIPSI JURNAL

Madaniya (ISSN 2721-4834) adalah jurnal ilmiah yang menerbitkan artikel tentang ***pengabdian kepada masyarakat*** dalam perspektif multidisiplin ilmu. Jurnal ini merupakan wadah untuk para akademisi, praktisi, dan masyarakat untuk mengeksplorasi isu-isu dan praktik yang berkaitan dengan penelitian, implementasi teknologi, dan kebijakan tentang pemberdayaan masyarakat. Diterbitkan oleh *Pusat Studi Bahasa dan Publikasi Ilmiah*.

DOWNLOAD



PENGUNJUNG



Pendampingan Perbaikan Kualitas Kemasan dan Labelisasi Produk demi Optimalisasi Strategi Pemasaran Produk UMKM

Maria Angela Diva Vilaningrum Wadyatenti ^{1*},
Fransisca Desiana Pranatasari ², Maria Sekar Ayu ³

¹⁻³ Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

* mariaangeladiva@usd.ac.id

Abstrak

Strategi pemasaran menjadi kunci yang sangat penting dalam keberhasilan penerimaan produk UMKM dalam kalangan masyarakat. Kemasan merupakan salah satu strategi untuk melakukan persaingan dalam dunia bisnis dan menciptakan citra merek dalam benak konsumen. Hal ini adalah bagian penting dari strategi pemasaran. Kegiatan ini dilakukan untuk menjawab permasalahan UMKM terkait desain dan kualitas kemasan secara khusus sebagai strategi pemasan bagi Pie Daily. Kemasan yang berkualitas dan menarik juga dilengkapi dengan labelisasi tentang identitas UMKM untuk memperoleh positioning dalam benak konsumennya. Pendampingan dan pengembangan UMKM Pie Daily dilakukan dengan melakukan koordinasi aktif antara tim pengabdian dengan mitra mengenai identifikasi masalah dan kebutuhan pengembangan produk, perancangan dan supervisi pembuatan desain, isi, dan estetika kemasan produk bersama mahasiswa dan penyampaian rancangan pemasaran kemasan dan mencetaknya untuk uji ke pasar. Hasilnya, calon konsumen menyatakan bahwa kemasan menarik, warna yang dipilih juga menstimulus calon pembeli untuk melihat sehingga berminat membeli. Selanjutnya kemasan yang berkualitas dan menarik ini dapat dijadikan salah satu daya tarik dalam strategi pemasaran yang dilakukan Pie Daily sebagai sarana branding bagi UMKM. Kemasan yang baik tentu dilengkapi dengan adanya labelisasi produk yang menjelaskan mengenai produk yang dijual. Dengan dilaksanakan kegiatan ini, kemasan yang berkualitas lengkap dengan informasi labelisasi, maka dapat mencapai optimalisasi strategi pemasaran UMKM tersebut.

Kata Kunci: kemasan, labelisasi produk, strategi pemasaran, UMKM

Pendahuluan

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang cukup besar dalam perekonomian Indonesia. Menurut Keputusan Presiden RI No.99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil Mikro Menengah adalah kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat. Beberapa penelitian mencatat bahwa UMKM merupakan salah satu sektor yang mampu bertahan terhadap berbagai macam guncangan krisis ekonomi. UMKM memiliki kontribusi besar pada peningkatan

pendapatan daerah maupun negara Indonesia. Selain itu, UMKM juga memiliki peran penting dalam mengatasi masalah pengangguran melalui penciptaan lapangan kerja yang banyak membutuhkan tenaga kerja (Kusumajati et al, 2022).

Persaingan antar UMKM pun menjadi sangat kompleks dengan derasnya arus perdagangan bebas yang secara otomatis membuat kompetisi datang dari segala arah. Dengan kondisi seperti ini, pelaku UMKM harus memperhatikan produk yang berkualitas, inovasi, harga dan packaging. Pemasaran produk menjadi salah satu permasalahan yang sering dihadapi oleh UMKM. Sering kali UMKM kalah bersaing dengan produk – produk industri besar yang sudah mapan dalam strategi pemasaran. Strategi pemasaran menjadi kunci yang sangat penting dalam keberhasilan penerimaan produk dalam kalangan masyarakat. UMKM terkadang masih menganggap hal tersebut dengan sepele. Mereka kebanyakan beranggapan bahwa tanpa adanya strategi pemasaran, produk yang dihasilkan oleh UMKM akan tetap laku dibeli oleh masyarakat.

Salah satu pemasaran yang dapat dilakukan oleh UMKM adalah dengan meningkatkan dan memperhatikan produk yang berkualitas, inovasi, harga, dan kemasan. Kemasan merupakan salah satu faktor penting dalam persaingan bisnis yang tidak dapat diabaikan dan perlu diperhatikan secara khusus. Daya tarik terhadap produk tidak lepas dari kemasannya yang menarik. Kemasan merupakan salah satu strategi untuk melakukan persaingan dalam dunia bisnis dan menciptakan citra merek dalam benak konsumen. Hal ini adalah bagian penting dari strategi pemasaran (Purnamaningwulan et al, 2022) Kemasan menjadi pemicu seorang calon konsumen menjatuhkan pilihannya sehingga kemasan harus mampu mempengaruhi konsumen untuk memberikan respon positif, karena tujuan akhir dari kemasan adalah menciptakan penjualan. Kemasan menjadi pembeda yang paling cepat diingat oleh calon konsumen karena dapat menciptakan citra di benak konsumen, sehingga dapat dengan cepat calon konsumen memilih produk yang mereka inginkan hanya dengan melihat kemasannya saja. Peningkatan minat dan nilai positif konsumen mampu ditingkatkan melalui desain kemasan, atau dengan kata lain cara meningkatkan produk UMKM adalah melalui perbaikan kemasan (Yosef et al., 2022).

Namun, terkadang UMKM kurang memperhatikan hal tersebut dan menganggap tidak penting (Nugrahani, 2015). Perkembangan perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk seharusnya mendapatkan perhatian khusus. Tidak sedikit konsumen yang ikut mempertimbangkan tambahan manfaat dari kemasan tersebut, seperti menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, aman, tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi yang cukup jelas terhadap produk makanan. Kemasan yang dirancang dengan cermat bisa menimbulkan nilai kecocokan bagi konsumen dan nilai promosi bagi produsen (Suprpto et al., 2020).

Pie Daily merupakan salah satu UMKM makanan yang berada di Yogyakarta dan berdiri dari tahun 2017. Pie Daily menyediakan pie dengan varian yang beraneka ragam. Dengan berbagai macam varian produk yang ditawarkan oleh Pie Daily, kemasan menjadi salah satu pendorong agar mampu menarik respon positif konsumen. Kemasan dari Pie Daily menjadi sangat penting untuk produknya. Berikut Gambar 1 menunjukkan kemasan awal dari Pie Daily yang hanya dengan plastic mika dan dengan label yang sederhana.



Gambar 1. Kemasan Awal Pie Daily dengan Plastik Mika sebelum diberi label

Kemasan tersebut masih terbilang sangat sederhana sehingga perlu adanya pendampingan untuk meningkatkan kualitas kemasan sehingga dapat menarik konsumen. Bila hal ini terus menerus terjadi tanpa perubahan, maka UMKM dapat tertinggal jauh dengan persaingan usaha yang sangat ketat. Tim pengabdian perlu melakukan kegiatan pendampingan yang secara langsung dapat membuat UMKM ini memiliki kemasan berkualitas dan menarik. Upaya yang dilakukan tim pengabdian ini juga merupakan satu usaha yang secara konsisten dilakukan dalam rangka pengentasan kemiskinan melalui pemberdayaan UMKM (Kusumajati et al, 2022). Beberapa hal berikut menjadi tujuan dari kegiatan pengabdian ini, yaitu:

1. Memberikan sosialisasi kepada pelaku UMKM mengenai konsep dan strategi kemasan sebagai salah satu strategi pemasaran.
2. Memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM pentingnya desain kemasan dalam strategi pemasaran dalam rangka mewujudkan Bauran Pemasaran Produk UMKM yang menarik di Pie Daily
3. Memberikan usulan rekomendasi desain kemasan dan contoh kemasan yang sesuai untuk positioning Pie Daily.

Kegiatan pengabdian ini sebagai perwujudan pengabdian FE USD dalam memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas. Yang menjadi perhatian khusus adalah salah satu isu berkaitan dengan produktivitas dan daya saing manusia Indonesia masih perlu ditingkatkan.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan ini dilakukan untuk menjawab permasalahan UMKM terkait kualitas kemasan khususnya desain sebagai strategi pemasan bagi Pie Daily. Kemasan yang baik juga dilengkapi dengan labelisasi minimal tentang identitas berupa logo UMKM tersebut. Hal ini belum dilakukan oleh Pie Daily. Pie Daily memiliki keterbatasan dalam pengembangan desain kemasain sebagai strategi pemasaran untuk memperoleh positioning dalam benak konsumen. Maka dari itu, permasalahan yang dialami oleh Pie Daily ini membutuhkan solusi praktis dari tim pengabdian mengenai pengelolaan dan pengembangan desain kemasan sebagai strategi pemasaran.

Setelah melakukan identifikasi permasalahan dan perkembangan kemasan Pie Daily, tahap berikutnya adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dan menentukan desain kemasan yang akan ditawarkan sesuai dengan citra yang ingin ditonjolkan untuk mendapatkan positioning produk Pie Daily. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan solusi praktis pada Pie Daily untuk mengembangkan desain produknya sebagai strategi pemasaran. Untuk mendukung pengembangan UMKM Pie Daily, terdapat beberapa langkah yang akan dilakukan:

1. Langkah pertama dilakukan bulan Februari 2023 dengan melakukan koordinasi aktif antara tim pengabdian dengan mitra mengenai identifikasi masalah dan kebutuhan pengembangan produk demi mendukung strategi pemasaran produk perusahaan.
2. Langkah kedua dilakukan pada Maret–April 2023 dengan perancangan dan supervisi pembuatan desain, isi, dan estetika kemasan produk bersama mahasiswa.
3. Langkah ketiga dilakukan pada Mei–Juli 2023 dengan penyampaian rancangan pemasaran kemasan dan mencetaknya untuk uji ke pasar.

Program ini akan berdampak baik pada UMKM Pie Daily karena usaha bidang kuliner sudah semestinya memperhatikan kemasan produk. Kemasan merupakan alat pemasaran yang krusial dan sebagai faktor terakhir yang bisa mempengaruhi konsumen sebelum membuat keputusan pembelian. Kemasan harus dapat menarik perhatian konsumen sehingga mampu mengikat konsumen secara emosional sehingga berpotensi untuk konsumen saling merekomendasikan. Menurut (Dyatmika et al., 2019) setelah kemasan diperbaiki maka minat beli akan semakin meningkat karena ketertarikan calon konsumen untuk mengetahui produk lebih jauh akan lebih besar. Keberhasilan program ini diukur dengan terciptanya suatu desain kemasan yang menarik sejumlah 1 untuk kapasitas 10 pcs pie dan cetak kemasan produk yang menarik sesuai dengan target potensial konsumennya.

Hasil dan Pembahasan

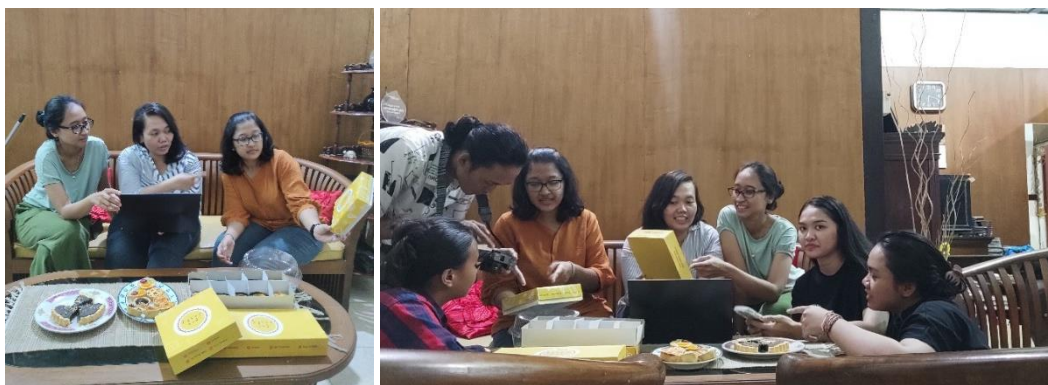
Kegiatan ini dapat lancar dilakukan dengan beberapa kali proses pertemuan. Pertemuan pertama dilakukan untuk melakukan identifikasi permasalahan. Kebutuhan paling mendesak dari usaha ini adalah terkait dengan kemasan dan labelisasi. Hal ini menjadi sangat mendesak karena pada dasarnya kemasan merupakan hal pertama yang dilihat oleh konsumen sebelum mereka membeli sebuah produk. Ketika kemasan tidak menarik, konsumen akan cenderung untuk tidak melakukan pembelian. Paling tidak dengan kemasan menarik dan berkualitas maka dapat digunakan sebagai media untuk optimalisasi stimulus minat beli seorang konsumen.

Pie Daily telah berusaha untuk mengikuti perkembangan persaingan pasar dengan memberikan kemasan yang bersifat *food grade*, namun belum dilengkapi label dan desain yang menarik. Idealnya kemasan dibuat dengan satu desain yang unik sehingga mampu memberikan peningkatan penjualan produk. Kemasan yang unik dan menarik ini menjadi pembeda dengan produk pie lainnya. Pie Daily memberikan label di atas kemasan produknya.

Untuk memenuhi pemikiran konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan, Pie Daily melakukan *continuous improvement* dengan memberikan perhatian lebih pada

kemasan produk. Pie Daily menunjukkan kemasan baru dengan menggunakan *box* berbahan kardus dengan *food grade*. Dengan merancang kemasan yang baik, unik, dan menarik serta berbeda dengan yang lain, tentunya akan memberikan ciri tersendiri yang membedakan produk satu dengan yang lainnya. Dari keunikan dan ciri tersebut, akan menciptakan nilai positif dengan produk yang berbeda dan terkesan dalam benak konsumen (Purnamaningwulan et al, 2022). Selanjutnya keunikan ini dapat dijadikan satu alat promosi berbasis online yang penyebarannya lebih mudah daripada promosi offline (Pranatasari et al, 2022). Dengan mendapatkan kemudahan informasi mengenai produk secara online, maka akan memberikan masukan kepada calon pembeli hingga akhirnya mereka memutuskan melakukan pembelian. Dalam manajemen pemasaran, hal inilah yang kemudian disebut dengan keputusan pembelian (Mita, Pranatasari, dan Kristia, 2021).

Tim pengabdian memberikan beberapa kegiatan dalam rangka kebaruan desain kemasan yang membedakan Pie Daily dengan kompetitor lainnya, dengan kemasan yang berkesan. Hal inilah yang menjadi perhatian tim pengabdian Fakultas Ekonomi USD untuk membantu Pie Daily. Tim melakukan perancangan dan supervisi pembuatan desain, isi, dan estetika kemasan produk bersama mahasiswa.



Gambar 2. Perancangan dan Supervisi Pembuatan Desain Kemasan

Hasil kemasan yang baru ini dicetak untuk dilakukan uji ke pasar. Tim dan UMKM ini menanyakan ke calon potensial konsumen mengenai persepsi mereka tentang kemasan yang baru ini. Hasilnya, calon konsumen menyatakan bahwa kemasan menarik, warna yang dipilih juga menstimulus calon pembeli untuk melihat sehingga berminat membeli.



Gambar 3. Kemasan yang Baru yang Diuji ke Calon Konsumen

Selanjutnya kemasan yang berkualitas dan menarik ini dapat dijadikan salah satu daya tarik dalam strategi pemasaran yang dilakukan Pie Daily. Salah satunya di publikasikan melalui media pemasaran online nya. Pemasaran online kini menjadi salah satu strategi yang jitu untuk mempromosikan sebuah produk secara cepat (Rubiyatno, Kurniawati, dan Diva, 2021). Pemasaran online yang tepat akan menimbulkan satu persepsi positif pada calon konsumen sehingga dapat menghasilkan satu E WOM yang baik untuk menstimulus calon konsumen (Tanjung, Rubiyatno dan Kurniawati, 2022) melihat produk hingga akhirnya memutuskan membeli (Widjaja dan Pranatasari, 2018; Jethro dan Pranatasari, 2019).

Kesimpulan

Kegiatan ini memberikan manfaat bagi Pie Daily terkait dengan peningkatan kualitas kemasan. Dengan adanya kemasan yang baik dan menarik, hal ini dapat menjadi sarana branding bagi UMKM tersebut. Kemasan yang baik tentu dilengkapi dengan adanya labelisasi produk yang menjelaskan mengenai produk yang dijual. Dengan dilaksanakan kegiatan ini, kemasan yang berkualitas lengkap dengan informasi labelisasi, maka dapat mencapai optimalisasi strategi pemasaran UMKM tersebut.

Rekomendasi untuk kegiatan pengabdian berikutnya adalah peningkatan konten pemasaran digital Pie Daily karena sudah memiliki kemasan yang baik dan siap jual. Melalui media pemasaran digital, harapannya dapat menstimulus calon potensial konsumen yang mencari informasi lewat media sosial. Bila konsumen potensial tertarik pada konten pemasaran yang diberikan Pie Daily maka dapat mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hanya saja Pie Daily belum memiliki konten pemasaran digital yang variatif. Untuk itu, baik bila ke depan kegiatan pengabdian dapat berbasis peningkatan konten pemasaran digital.

Ucapan Terimakasih

Penulis pengabdian masyarakat mengucapkan banyak terima kasih kepada Universitas Sanata Dharma Yogyakarta yang telah mendukung kegiatan ini melalui hibah Pengabdian kepada Masyarakat sehingga kegiatan pendampingan ini dapat terlaksana dengan baik. Ucapan terima kasih kami sampaikan juga kepada pemilik dari Pie Daily yang telah memberikan kesempatan kepada tim pengabdian untuk melaksanakan kegiatan ini, semoga hasil yang diperoleh dapat bermanfaat bagi Pie Daily.

Referensi

- Dyatmika, S. W., Purnaningrum, E., & Susilo, T. (2019). Peningkatan Nilai Jual Produk Home Industry Melalui Optimalisasi Desain dan Kemasan di Desa Gondang, Kecamatan Gondang Mojokerto. *LeECOM*, 1(2).
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan UMKM. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 9(2), 127-136.
- Suprpto, R., Wahyuddin Azizi, Z., & Rembang, S. Y. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. In *Riset Ekonomi Manajemen*, 3.

- Yosef, R., Martinus, S. E., Jason, U. W., & Yolanda, W. (2022). PKM UKM Elok Mekar Sari Surabaya melalui Pembinaan Manajemen Desain Produk Kemasan untuk Meningkatkan Kesadaran Merek. *LeECOM*, 4(1).
- Purnamaningwulan, R. A., Mukti, T. W. P., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2022). Pendampingan Pembuatan Media Promosi Berbahasa Inggris sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Melcosh Café, Roastery, dan Glamcamp. *Madaniya*, 3(4), 791-799.
- Pranatasari, F. D., Kristia, K., Purnamaningwulan, R. A., & Mukti, T. W. P. (2022). Pendampingan Formulasi Konten Pemasaran Digital Berbahasa Inggris Pada Melcosh Café & GlamCamp. *Madaniya*, 3(2), 254-264.
- Mita, M., Pranatasari, F. D., & Kristia, K. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kemudahan Penggunaan, dan Ulasan Konsumen Daring Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 548-557.
- Widjaja, E. S., & Pranatasari, F. D. (2018). Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Glaive Waterless Motor Wash. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 2(6), 807-814.
- Jethro, I., & Pranatasari, F. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glaive Waterless Car Wash. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 4(1), 163-170.
- Tanjung, J. K., Rubiyatno, & Kurniawati, L. (2022). The Influence Of Website Quality, Perceived Benefits, E-Wom, Security Towards Online Repurchase Interest With Trust As The Mediating Variable. *Manajemen Dewantara*, 6(3), 268-280.
- Rubiyatno, R., Kurniawati, L., & Diva, M. A. (2021). Peningkatan Kapasitas Pengelolaan Social Media Marketing dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Dusun Tegal Balong, Bimomartani, Sleman. *Jurnal LeECOM (Leverage, Engagement, Empowerment of Community)*, 3(2).
- Kusumajati, T. O., Kusuma, S. E., Fridayani, J. A., Diva, M. A., & Pranatasari, F. D. (2022). Upaya Pemberdayaan Usaha UMKM Sebagai Solusi Pengentasan Kemiskinan: Praktek Pada Cu Mitra Parahita, CU Tyas Manunggal Dan CU Kridha Rahardja. *Semanggi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(2), 136-146.