

Bunda puspa: edukasi dan pendampingan kemasan produk usaha dari IRT di Desa Banyuurip Kabupaten Gresik

Tri Siwi Agustina^{1,*}, Puput Tri Komalasari²
^{1,2}Department of Management, Universitas Airlangga, Indonesia

Article Info

Article history:

Received December 15, 2022

Accepted January 21, 2023

Published May 1, 2023

Kata Kunci:

*Empowerment,
Gresik,
Labeling
Packaging
Women*

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan hasil kerja sama antara Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga dengan Pemerintah Kabupaten Gresik dalam program Bunda Puspa 2022. Mitra dalam kegiatan ini adalah 20 warga Desa Banyuurip, Kecamatan Ujung Pangkah, Gresik, dengan status ibu rumah tangga terpilih yang telah menjalankan usaha makanan dan minuman. Permasalahan yang dihadapi adalah kurangnya kesadaran dari pelaku usaha untuk memperhatikan kemasan dan label produknya. Dampaknya adalah penjualan tidak optimal dan area pemasaran bisnis terbatas. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah untuk menambah pengetahuan dan membantu mitra dalam meningkatkan kemasan dan membuat label produk bisnis. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan dan pendampingan yang tepat sasaran dan tepat sasaran. Metode pelaksanaan yang dilakukan adalah dengan melakukan pelatihan pendahuluan, diskusi dan pendampingan. Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah program Bunda Puspa, dapat terlaksana dengan baik yang ditandai dengan meningkatnya pengetahuan dan perubahan perilaku para peserta dari pola pikir pedagang menjadi mind-set kewirausahaan sehingga usaha yang mereka rintis dapat ditingkatkan.



Corresponding Author:

Tri Siwi Agustina,
Department of Management,
Airlangga University,
JL. Airlangga No. 4 Surabaya 60286, Jawa Timur, Indonesia
Email: *siwi@feb.unair.ac.id

1. PENDAHULUAN

Bunda Puspa merupakan kegiatan yang diinisiasi oleh Pemerintah Kabupaten Gresik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas keluarga melalui pemberdayaan perempuan. Harapannya dengan adanya program ini terwujud keluarga sejahtera dan kesetaraan gender serta terlaksananya pemenuhan hak anak. Pelaksanaan Bunda Puspa mengacu pada Peraturan Bupati (PERBUP) Nomor 9 Tahun 2022 tentang Peningkatan Kualitas Keluarga Dalam Mewujudkan kesetaraan gender melalui program Bunda Puspa yang disahkan sejak tanggal 25 Februari 2022. [1].

Pemerintah Kabupaten Gresik menilai bahwa UMKM merupakan tulang punggung dari kabupaten pada nanti dan masa yang akan datang dan keberhasilan para ibu menjalankan usahanya dijadikan tolok ukur keberhasilan kabupaten Gresik. Seperti yang diketahui secara umum bahwa, banyak usaha ekonomi perempuan di Kabupaten Gresik menjadi tulang punggung bagi perekonomian keluarga. Hal ini disebabkan berbagai macam hal, ada yang mereka dari keluarga miskin, ada yang karena pandemi Covid-19 suaminya meninggal dan berbagai alasan yang menyebabkan usaha ekonomi perempuan menjadi sumber utama ekonomi keluarga. Kondisi tersebut juga didasarkan pada Tujuan Pembangunan Berkelanjutan atau SDG's (*sustainable development goals*) terutama terkait pilar ke-1 yaitu *No Poverty (No one left behind)*. Program Bunda Puspa ini ditujukan untuk menjadikan para ibu rumah tangga yang memiliki banyak waktu untuk tidak puas menjalankan peran sebagai ibu rumah tangga biasa, akan tetapi mampu berperan sebagai ibu rumah tangga yang berdaya secara ekonomi [2] sehingga dapat mengatasi masalah kemiskinan.

Selain itu, kegiatan abdimas ini juga sesuai dengan pilar ke-5 tentang *Gender Quality* (Kualitas Gender) yang diwujudkan dalam pelatihan dan pemberdayaan wanita [3]. Semakin tingginya perempuan yang bersekolah hingga mencapai gelar setinggi-tingginya yang ditujukan untuk mendapatkan pekerjaan yang layak bagi kehidupannya. Namun tentunya, hal tersebut tidak dapat dialami oleh perempuan yang tidak memiliki kesempatan bersekolah hingga jenjang yang lebih tinggi, tentunya mereka akan tidak dapat unggul dalam persaingan dengan perempuan lain. Rendahnya level pendidikan, disertai kondisi ekonomi yang umumnya kurang sehingga sangat memerlukan pendampingan dan penyuluhan untuk memaksimalkan potensi yang ada di desa dan sekitarnya [4].

Mitra dari abdimas adalah 20 orang ibu rumah tangga yang sudah merintis usaha secara mikro dan bertempat tinggal di Desa Banyuurip. Kabupaten Gresik. Jumlah 20 orang tersebut, Tim abdimas dapatkan dari Kantor Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (KP3AK) Kabupaten Gresik. Desa Banyuurip. Kabupaten Gresik berada di wilayah Kecamatan Ujung Pangkah, atau terletak di sisi utara – barat pesisir Gresik tepatnya sekitar 40 KM dari pusat Kota Gresik. Berdasarkan penuturan Kepala desa Banyuurip, Ihsanul Haris, desa Banyuurip terdiri atas 5 dusun, yakni Dusun Bangsalsari, Mulyosari, Banyulegi, Kaklak, dan Bondot. Desa dengan mayoritas nelayan ini terdiri atas 36 RT dan 11 RW. Dikutip dari Aliyah dkk [5], sejak tahun 2019 telah berdiri ekowisata mangrove yang dikenal dengan BMC (*Banyuurip Mangrove Center*) sebagai destinasi wisata, tempat konservasi mangrove serta edukasi. Animo masyarakat untuk berwisata sangat tinggi dan dampaknya ekowisata mangrove juga mengangkat perekonomian masyarakat sekitar. Warga desa Banyuurip banyak yang berjualan makanan dan minuman seperti bakso, mie ayam, jus buah dan aneka makanan ringan. Desa ini juga berdekatan dengan laut, maka tak salah apabila mayoritas warga ber-mata pencaharian sebagai nelayan. Oleh karena itu produk olahan makanan seperti Bonggol Ikan (sejenis Pempek Palembang) baik disajikan dalam bentuk dikukus maupun digoreng. Rengginang dengan rasa udang, pembuatan petis (pasta dari hasil laut). Tak hanya olahan hasil laut, produk hasil kebun seperti singkong juga diolah menjadi krupuk Samiler dan juga krupuk Pati, disebut sebagai “pati” karena krupuk ini berbahan dasar dari singkong yang dihaluskan dan dipisahkan sari patinya

Hasil observasi yang didapatkan oleh tim abdimas, usaha mandiri yang telah dirintis oleh mitra tergolong industri rumahan dan masih sangat sederhana. Kemasan yang digunakan untuk mewadahi aneka camilan seperti kripik dan krupuk juga beraneka ragam, mulai dari kemasan plastik biasa dimana ujung plastik dilipat dan di staples tentunya hal tersebut beresiko terhadap kerenyahan produk karena memungkinkan udara masuk disela-sela lipatan yang di staples. Tidak sedikit pula ditemui pada kemasan camilan, untuk “mengunci” kemasan di tempuh dengan cara ujung plastik dibakar dengan lilin. Tentunya hal ini sangat tidak estetik. Untuk makanan seperti mie ayam maupun bakso apabila dibawa pulang dikemas dengan menggunakan plastik dan ujungnya diikat dengan karet gelang, demikian juga berlaku dan aneka jus buah.

Untuk label, ditemukan fakta hanya 5 orang dari 20 ibu rumah tangga yang memproduksi makanan dan minuman di Desa Banyuurip yang menyertakan label pada kemasannya. Kalaupun ada, label yang digunakan masih minim informasi. Sedangkan logo, hampir keseluruhan belum memikirkan logo untuk menyertai produk usahanya.

Temuan kesederhanaan dalam mengemas dan keberadaan logo dan label produk juga ditemui pada pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh [6] pada produsen kripik ubi di Desa Ngeposari, Kabupaten Gunungkidul, Daerah Istimewa Yogyakarta serta pengabdian masyarakat yang dilakukan Ramayasa dan Purnama [7] di produk kopi dari Industri Rumah Tangga (IRT) “Paras Putra Jaya” Desa Padangan Kabupaten Tabanan-Bali, yang hanya dikemas plastik tanpa disertai label. Berdasarkan temuan pada produk usaha peserta Bunda Puspa serta pengabdian masyarakat sebelumnya dapat dikatakan bahwa pengusaha kecil pada umumnya berfokus pada penciptaan produk saja, sedangkan kemasan tidak menjadi prioritas. Padahal menurut Swasty, dkk [8] kemasan tidak dapat dipisahkan dari produk, kemasan juga tidak semata-mata berfungsi sebagai wadah, namun kemasan juga berperan dalam melindungi dari faktor cuaca, benturan dan tumpukkan. Bahkan yang tidak dapat diremehkan, kemasan berperan dalam menyajikan informasi, citra produk dan sebagai sarana promosi karena menjadikan produk mudah dilihat, dipahami serta diingat setelah melihat desain atau bentuk kemasan [9].

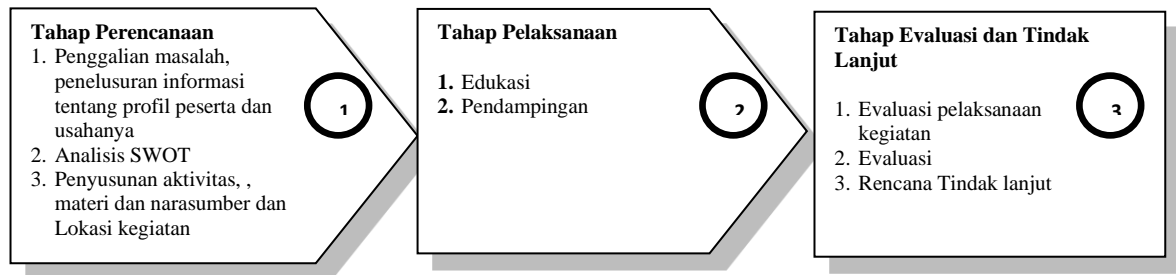
Berdasarkan penjelasan di atas, permasalahan yang dihadapi para peserta kegiatan Bunda Puspa, Desa Banyuurip, Kabupaten Gresik adalah (1) kemasan dan label yang masih sederhana, (2) keadaan UKM belum bisa berkembang dan (3) wilayah pemasaran terbatas. Muara dari permasalahan tersebut adalah (1) kurangnya pengetahuan tentang kemasan; (2) alokasi modal banyak diarahkan untuk produksi tanpa memikirkan biaya untuk mendesain kemasan dan label. Hal serupa ini juga ditemui pada aktivitas abdimas yang dilakukan oleh Octasyilva, dkk [10] pada pelaku usaha berskala UMKM di Tangerang Selatan, bahwa keterbatasan pengetahuan tentang desain kemasan menjadi penghambat potensi pasar produk UMKM. Oleh karena itu, diusulkan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut dengan cara (1) memberikan wawasan wirausaha (2) memberikan edukasi tentang kemasan, (3) memberikan pendampingan di dalam perbaikan terhadap kemasan

produk dan label usaha. Uraian tentang permasalahan dan solusi yang ditawarkan berikut target yang diharapkan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Diharapkan dengan adanya edukasi dan pendampingan dari Tim Abdimas FEB Unair dalam Program Bunda Puspa dapat memperluas wilayah pemasaran dan kinerja penjualan sehingga terjadi peningkatan kelas usaha para mitra sebagai pelaku usaha skala UMKM di Desa Banyuurip, Kabupaten Gresik.

2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan mitra sasaran peserta Bunda Puspa ini terdiri dari 3 tahapan seperti terdeskripsi pada Gambar 1 berikut:



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Tahap pertama dalam kegiatan abdimas adalah dengan melakukan persiapan yang terdiri dari pencarian informasi. Berdasarkan informasi dari KP3AK Kabupaten Gresik didapatkan informasi bahwa program Bunda Puspa ini berisi tentang pelatihan dan pendampingan. Menindaklanjuti hal tersebut dilakukan pencarian informasi lebih lanjut jenis usaha apa yang mendominasi aktivitas bisnis yang dilakukan para ibu rumah tangga di Desa Banyuurip, selanjutnya dilakukan analisis SWOT. Tindak lanjut dari analisis SWOT adalah merancang aktivitas yang akan dibuat untuk mitra, penyusunan materi. Sedangkan ke – 20 nama partisipan diperoleh dari KP3AK Kabupaten Gresik, dimana menurut informasi nama-nama tersebut sudah diseleksi berdasarkan lama usaha, potensi keberlanjutan dan omset per bulan. Berdasarkan permasalahan mitra yang telah disebutkan pada bagian sebelumnya, dirumuskan solusi dan target capaian yang dihadapi mitra seperti diinformasikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Mitra, Solusi dan Target Capaian

Permasalahan Mitra	Solusi	Target Capaian
Kurangnya pengetahuan jiwa kewirausahaan	Edukasi tentang Pola Pikir (<i>Mindset</i>) Wirausaha	Meningkatkan pengetahuan kewirausahaan dan perubahan pola pikir (<i>mindset</i>) kewirausahaan
Kurangnya pengetahuan tentang kemasan, logo dan label sebagai bagian dari strategi pemasaran dan penjualan	Edukasi tentang kemasan dan label produk usaha	Meningkatkan pengetahuan tentang kemasan, logo dan label
Kurangnya pengetahuan dan kemauan untuk memiliki logo dan label usaha	Pendampingan desain label	Peserta telah memiliki logo dan label untuk produk usahanya

Rancangan materi dan narasumber yang akan berkontribusi pada kegiatan pengabdian masyarakat ini, dapat dilihat pada Tabel 2 berikut: Narasumber Dr. Tri Siwi Agustina, SE, MSi akan menghantarkan materi tentang Pola Pikir (*Mindset*) Wirausaha. Narasumber kedua adalah Dr. Puput Tri Komalasari, SE, MSi, MM, dan pada saat hari kedua, Tim Abdimas yang terdiri dari 2 orang dosen dan 5 orang mahasiswa akan mendampingi dalam mendesain logo dan label. Tempat pelaksanaan direncanakan di Pendopo Kecamatan Banyuurip, Kecamatan

Ujung Pangkah, dan waktu pelaksanaan Senin, 31 Oktober 2022 dan Selasa 1 November 2022, dimulai pukul 08.30 WIB hingga 13.00 WIB.

Tahap pelaksanaan pengabdian berisi tentang edukasi dan pendampingan pada mitra. Edukasi didasarkan pada identifikasi masalah pada mitra, analisis SWOT serta mengacu pada keberhasilan [4] dalam kegiatan pemberdayaan ekonomi perempuan yang dilakukan di Kabupaten Banyuwangi, bahwa sebagai upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan masyarakat dapat ditempuh melalui transfer ilmu pengetahuan dan keterampilan (*transfer knowledges and lifeskills*). Diyakini, upaya ini berpengaruh besar, apalagi apabila ilmu pengetahuan dan keterampilan tersebut berkontribusi pada penggunaan sumberdaya di sekitar masyarakat untuk diproduksi menjadi sesuatu yang memiliki nilai tambah.

Tahap ketiga merupakan tahap evaluasi dan tindak lanjut. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui pelaksanaan solusi dan target capaian yang telah disusun dan dilaksanakan apakah sudah sesuai dengan indikator capaian. Indikator capaian diukur dengan pengamatan, kuesioner dan khusus untuk pengetahuan menggunakan post-test dan pre-test. Rincian solusi dan indikator capaian dapat dilihat pada Tabel 2. Sedangkan tindak lanjut ditujukan untuk penguatan mitra dalam melanjutkan kegiatan yang bertujuan agar usaha mereka dapat lebih baik.

Tabel 2. Evaluasi Penyelenggaraan Kegiatan, Efektivitas Solusi dan Indikator Capaian

Penyelenggaraan Kegiatan	Indikator Capaian
Waktu dan Tempat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terlaksana tepat waktu yaitu mulai pukul 08.00 WIB hingga 13.00WIB 2. Tidak ada pemindahan tempat 3. Sarana lengkap dan dapat berfungsi dengan baik
Peserta	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sebanyak 80% peserta telah hadir pada pukul 08.30 hingga akhir tanpa ada yang ijin meninggalkan tempat 2. Sebanyak 80% aktif bertanya, berdiskusi dan berkonsultasi
Narasumber	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hadir tepat waktu 2. Menyampaikan materi sesuai yang direncanakan 3. Menyampaikan dengan baik, mudah dimengerti dan komunikatif
Materi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuai dengan tujuan kegiatan 2. Mudah dimengerti 3. Mudah diimplementasikan
Tim Abdimas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ramah 2. Cekatan 3. Ringan tangan (<i>Helpful</i>) 4. Komunikatif
Efektivitas Solusi dan Indikator Capaian	
Solusi	Indikator Capaian
Pola Pikir (<i>Mindset</i>) Wirausaha	Sebanyak 80% peserta mengalami peningkatan wawasan kewirausahaan dan perubahan pola pikir (<i>mindset</i>) kewirausahaan
Edukasi tentang kemasan dan label produk usaha	Sebanyak 80% peserta mengalami peningkatan pengetahuan tentang kemasan, logo dan label.
Pendampingan desain label	Sebanyak 80 % peserta telah memiliki logo dan label

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT merupakan formulasi strategi dalam merumuskan dan memberikan solusi terhadap permasalahan bisnis dengan mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) [11]. Pada tahap perencanaan, analisis SWOT digunakan untuk mengetahui tentang kebutuhan disesuaikan dengan profil peserta, sehingga materi dan cara men-delivery materi diharapkan dapat efektif dan efisien. Pada Tabel 4 berikut terurai hasil analisis SWOT yang tim abdimas susun:

Tabel 3. Analisis SWOT Mitra Pengabdian Masyarakat

Kekuatan (<i>Strength</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Mitra sasaran mampu memproduksi namun tidak mampu memasarkan Produk sudah dikenal masyarakat desa setempat Peserta sudah terseleksi dari dinas KP3AK Kabupaten Gresik berdasarkan lama usaha, potensi keberlanjutan dan omset per bulan 	<ol style="list-style-type: none"> Kurangnya pengetahuan jiwa kewirausahaan dampaknya usaha tidak berkembang dan wilayah pemasaran terbatas. Mayoritas masih ber-<i>mindset</i> pedagang bukan <i>entrepreneur</i> Kurangnya pengetahuan tentang kemasan, logo dan label dampaknya kemasan, logo dan label masih sangat sederhana Jenis produk yang dihasilkan sudah sangat umum Tidak memiliki keahlian dalam membuat desain logo dan label
Peluang (<i>Opportunity</i>)	Ancaman (<i>Threatness</i>)
<ol style="list-style-type: none"> Produk makanan dan minuman merupakan produk yang <i>ever-lasting</i> dan tidak mengenal musim, Budaya masyarakat Indonesia yang banyak acara rapat, tasyakuran, peresmian acara, hajad menikahkan, khitanan membuka peluang pada permintaan pada produk makanan dan minuman Mendapatkan dukungan dari pemerintah kabupaten dalam program Bunda Puspa dan terintegrasi dengan Dinas lain di Kabupaten sehingga berpeluang untuk mengurus perijinan, pemasaran usaha, bahkan ekspor. Potensi pasar: obyek wisata BMC (Banyuurip Mangrove Centre) serta potensi pasar lain di kota Gresik, contoh: Wisata religi Sunan Giri, Nyi Ageng Pinatih, Kota Tua Bandar Grissee dan Pusat Oleh-Oleh Pudak Gallery. 	<ol style="list-style-type: none"> Persaingan yang ketat dalam hal jenis produk yang sama, konsumen yang sama, dan bentuk barang yang sama. Selera konsumen yang mudah berubah.

Berdasarkan identifikasi SWOT diketahui bahwa para peserta Bunda Puspa di Desa Banyuurip memiliki peluang pasar yang sangat besar, tetapi di sisi lain juga menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Oleh karena itu mengacu pada pendapat [11], hendaknya strategi untuk membekali peserta adalah berfokus meminimalkan berbagai masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik

Pada hari pertama di sesi satu kegiatan abdimas, disampaikan materi tentang Pola Pikir (*Mindset*) Wirausaha. Narasumber menghantarkan materi bahwa untuk dapat meningkatkan usaha, para perempuan sebagai pelaku usaha sebaiknya tidak cepat puas dengan tingkat penjualan dan wilayah pemasaran yang dicapai saat ini. Mental sebagai *entrepreneur* harus dibangun untuk naik kelas, karena itulah yang membedakan mereka sebagai pedagang dengan *entrepreneur* [12]. Demikian juga sebagai seorang *entrepreneur* juga harus memperhatikan apa yang menjadi tren di masyarakat termasuk dalam hal kemasan. Kemasan yang tidak mengikuti perkembangan jaman akan memberikan kesan produk usang, namun hal tersebut tidak akan terjadi

apabila produk dan merek sudah dikenal dengan baik oleh konsumen [9]. Narasumber juga meneruskan pendapat dari Octasylya [10] bahwa kemasan (*packaging*) adanya estetika, ketahanan dan keamanan dapat meningkatkan nilai jual dan citra produk



Gambar 2. Pelaksanaan Sesi Pertama Kegiatan Abdimas

Pada sesi dua, edukasi tentang kemasan dan label diberikan oleh Dr. Puput Tri Komalasari. Berdasar pada pendapat dari Apriyanti, dkk [13] bahwa terdapat 2 fungsi dari kemasan, yaitu fungsi protektif yang bertujuan untuk melindungi produk karena karena faktor iklim yang berbeda, prasarana transportasi, dan saluran distribusi. Peran protektif dari pengemasan menguntungkan konsumen karena tidak perlu menanggung resiko pembelian produk rusak atau cacat. Sedangkan fungsi promosional, bahwa kemasan berperan sebagai sarana promosi, dimana perusahaan mempertimbangkan harapan konsumen terkait warna, ukuran, dan penampilan. Jaman sekarang, kemasan produk yang memiliki tampilan menarik terbukti dapat mencuri hati konsumen sekaligus dapat dijadikan strategi persaingan usaha.

Materi pada sesi ke-2 ini meliputi : manfaat kemasan dan *labeling* produk bagi produk dan bisnis kuliner yang dirintis ; pengetahuan tentang cara membedakan kemasan berdasarkan fungsi jenis dan bahannya; pemilihan kemasan berdasarkan unsur estetika dan perencanaan desain kemasan, pengetahuan tentang standar kemasan yang sesuai dengan produk; pengetahuan tentang cara dan peraturan labeling untuk produk, termasuk informasi apa saja yang tercantum dalam kemasan.; pengetahuan tentang berbagai persyaratan dan ketentuan tentang label, dimana kemasan berikut labelnya mengacu pada peraturan pemerintah. Pemaparan yang disampaikan narasumber, nampak pada Gambar 3.



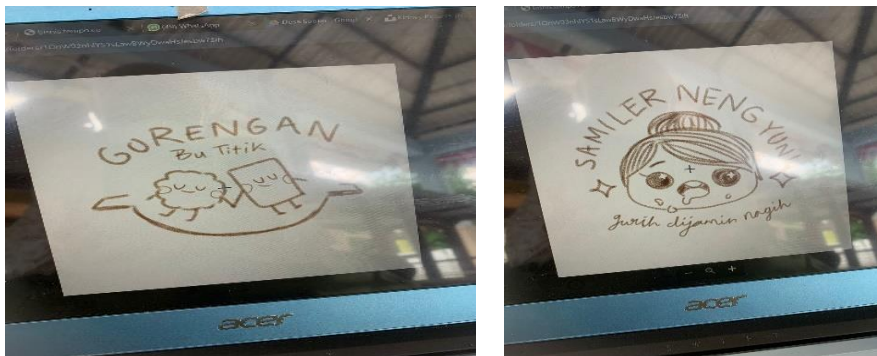
Gambar 3. Contoh materi yang disampaikan pada peserta tentang kemasan dan label usaha

Penjelasan narasumber tentang : manfaat kemasan dan *labeling* produk bagi produk dan bisnis kuliner yang dirintis sejalan dengan yang diungkapkan Widiati [9] bahwa dengan memperbaiki kemasan UMKM terbukti dapat meningkatkan pemasaran, segmen pasarnya semakin bertambah, dan omset pemasaran semakin meningkat sehingga dapat mewujudkan UMKM naik kelas. Pada hari kedua dilakukan pendampingan desain label produk usaha. Tim abdimas yang terdiri dari 2 dosen dan 5 orang mahasiswa yang memiliki keahlian dalam hal desain, melayani konsultasi desain. Tim memulai pendampingan dengan menanyakan produk

makanan dan minuman yang diproduksi, apa nama mereknya. Setelah itu tim mahasiswa mulai membuat beberapa desain dan peserta diberikan kesempatan untuk memberikan masukan warna, *tagline*, dan informasi-informasi penting lainnya. Pendampingan dilaksanakan di Pendopo Balai Desa Banyuurip dari pagi hingga tengah hari.



Gambar 4. Para peserta berdiskusi dengan tim pendamping tentang desain label usaha setelah pemberian edukasi tentang kemasan, logo dan labelling



Gambar 5. Contoh hasil pendampingan berupa desain awal label usaha.

Dari hasil konsultasi dan pendampingan didapatkan contoh – contoh desain label sebagai dapat dilihat pada gambar 5. Evaluasi dari pelaksanaan kegiatan dilakukan, dapat disebut bahwa kegiatan telah terlaksana sesuai perencanaan yang telah disusun, hal tersebut dapat diketahui dari pengamatan dan juga lembar evaluasi yang diisi oleh peserta setelah acara seperti nampak pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Evaluasi Peserta atas Penyelenggaraan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Pertanyaan	Kurang	Cukup	Baik
Waktu: waktu pelaksanaan sudah sesuai	0	0	20 (100%)
Tempat: Jangkauan dan kelengkapan sarana dan dapat berfungsi	0	4	16 (80%)
Narasumber: Kemampuan narasumber menyampaikan materi	0	0	20 (100%)
Narasumber: Kesiediaan narasumber menjawab pertanyaan	0	0	20 (100%)
Materi: Sesuai dengan tujuan program Bunda Puspa	0	0	20 (100%)
Materi: Kebermanfaatan materi bagi usaha	0	0	20 (100%)

Materi: Materi cocok dengan kebutuhan peserta	0	0	20 (100%)
Materi: Materi mudah diimplementasikan	0	0	20 (100%)
Tim Abdimas: Keramahan	0	0	20 (100%)
Tim Abdimas: Kesigapan	0	0	20 (100%)
Tim Abdimas: Ringan tangan	0	0	20 (100%)

- a. Waktu dan tempat pelaksanaan: berdasarkan pengamatan, kegiatan telah terlaksana dengan baik, mulai pukul 08.00 WIB hingga 13.00 WIB, tidak ada ada pemindahan tempat / lokasi serta sarana lengkap dan dapat berfungsi dengan baik. Dari sisi peserta, waktu pelaksanaan sudah tepat karena mereka sudah selesai mengantar sekolah anak dan memasak, demikian pula berakhirnya kegiatan juga sudah tepat karena tidak mengganggu waktu menjemput sekolah anak dan dapat beribadah Sholat Dhuhur. Mayoritas peserta menilai bahwa tempat pelaksanaan sudah tepat karena mudah dijangkau dan sudah terbiasa dengan tempat tersebut, namun ada pula yang menyatakan cukup tepat karena jarak rumah mereka di perbatasan dengan desa lain. Meskipun demikian, tidak dapat dipungkiri adanya kendala teknis contohnya: Pada hari pertama, pelaksanaan dimulai dengan tidak tepat waktu, hal tersebut disebabkan kedatangan tim pada pukul 08.00 pagi di Kecamatan dengan maksud untuk melakukan persiapan teknis tidak dapat terlaksana sesuai rencana karena para pegawai kecamatan baru berdatangan pada jam 8 lebih. Namun hal tersebut tidak mengurangi kelancaran kegiatan karena pengaturan *lay out* tempat duduk, *setting* layar proyektor dan *setting sound system* dapat dilakukan bersamaan dengan pengisian absensi, *ice breaking* dan juga sesi perkenalan.
- b. Peserta: berdasarkan pengamatan terlihat bahwa mitra sangat antusias untuk mengikuti keseluruhan rangkaian kegiatan mulai pagi hingga menjelang tengah hari (jam 1 siang) baik di hari ke- 1 dan hari ke- 2, jumlah peserta utuh 20 orang (nampak pada Gambar 4). Keseluruhan peserta pun aktif berdiskusi dan berkonsultasi tentang kemasan dan desain label produk usahanya pada hari ke-2 seperti nampak pada Gambar 3



Gambar 6. Antusiasme peserta Bunda Puspa dari Desa Banyuurip mengikuti kegiatan

Dari sisi peserta, terdapat kendala teknis yang terjadi pada hari kedua, di kala diskusi dalam rangka melayani konsultasi desain, alokasi waktu yang diberikan per 1 orang peserta sekitar 30 sd 45 menit ternyata kurang, karena tidak jarang peserta tidak terbuka. Memberikan penjelasan pendek – pendek bahkan ada yang menyatakan “terserah” atau menyerahkan sepenuhnya desain pada mahasiswa yang membantu mendesain logo dan label untuk usaha mereka. Hal ini tentunya akan menyulitkan tim karena tidak mendapatkan gambaran yang jelas akan produk usaha yang mereka jalankan. Solusi yang dilakukan adalah membuat suasana diskusi senyaman mungkin, tim abdimas tidak langsung menanyakan tentang usaha mereka, namun menanyakan hal – hal ringan seputar mereka dan keluarganya, baru masuk pada pokok diskusi. Tim abdimas pun meminta bantuan peserta lain untuk menemani peserta yang memiliki kendala agar mau terbuka mengungkapkan keinginan atas desain logo dan label produk usaha mereka.

- c. Narasumber: berdasarkan pengamatan adalah sesuai rencana karena narasumber telah hadir tepat waktu, menyampaikan materi sesuai yang direncanakan dan berdasarkan evaluasi dari peserta narasumber telah menyampaikan dengan baik, mudah dimengerti dan komunikatif.

- d. Materi: berdasarkan evaluasi dari peserta, materi yang disampaikan, mudah dimengerti dan mudah mudah diimplementasikan
- e. Tim Abdimas: berdasarkan evaluasi dari peserta, tim abdimas sangat ramah, cekatan, tidak segan membantu dan komunikatif

Ditinjau dari peningkatan keterampilan mitra tentang jiwa kewirausahaan, kemasan dan logo dapat diketahui pada Tabel 5.

Tabel 5. Hasil Evaluasi Pengetahuan Peserta atas Materi Pengabdian Masyarakat

Pertanyaan	Jawaban Pre-Test	Jawaban	Jawaban	Post Test
Ynag membedakan pedagang dan pengusaha adalah	Betul	18	Betul	20
Kreatif, inovatif dan tidak lelah belajar	Salah	2	Salah	0
Bergabung dengan komunitas, menghadiri undangan	Betul	17	Betul	20
Pelatihan dari Dinas merupakan sarana mengajukan pinjaman modal	Salah	3	Salah	0
Untuk berwirausaha harus siap gagal dan siap sukses	Betul	8	Betul	20
Aman dan Terpercaya adalah konsep kemasan pangan	Salah	12	Salah	0
	Betul	10	Betul	19
	Salah	10	Salah	1
Melindungi dari perubahan iklim, benturan, lembab, kontaminasi merupakan fungsi protektif	Betul	18	Betul	20
Warna kemasan dan penampilan kemasan mempengaruhi keputusan untuk membeli, merupakan fungsi promosi dari kemasan	Salah	2	Salah	0
Struktur kemasan terdiri dari kemasan primer, sekunder dan tersier	Betul	15	Betul	20
Label pada kemasan setidaknya memuat merek dan foto pribadi pemilik	Salah	5	Salah	0
Label berfungsi untuk mengidentifikasi produk atau merek	Betul	15	Betul	20
	Salah	5	Salah	0
Tujuan pelabelan adalah memberikan informasi tentang Isi produk tanpa harus membuka kemasan	Betul	18	Betul	20
Logo adalah symbol yang digunakan konsumen untuk Mengenali merek dan menjadi identitas merek usaha	Salah	2	Salah	0
Pemakaian logo pada produk atau kemasan produk dapat meningkatkan gengsi pemakai atau konsumen	Betul	16	Betul	19
	Salah	4	Salah	1
Logo harus bersifat abadi atau lama berubah	Betul	11	Betul	18
	Salah	9	Salah	2

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui bahwa aktivitas pengabdian masyarakat untuk memberikan edukasi dan pendampingan menunjukkan lebih dari 80% mitra telah mengalami peningkatan pengetahuan tentang pola pikir (*mindset*) wirausaha. Kemasan, label dan logo Tindak lanjut dari aktivitas abdimas baik edukasi dan pendampingan perubahan kemasan dan desain label produk dapat dilihat dari gambar 5. Dapat diketahui bahwa telah terjadi perubahan kemasan. Kemasan untuk produk cemilan (krupuk dan kripik) sudah menggunakan *standing pouch* dengan kualitas plastik yang tebal sehingga melindungi kerenyahan produk. Kemasan untuk makanan seperti bakso, mie ayam apabila ada permintaan untuk *take away* (dibawa pulang) juga sudah menggunakan *food container* yang dilengkapi dengan tutup. Menurut mitra hal tersebut dilakukan untuk menjamin higienitas produk, memperhatikan kesehatan konsumen dan kebersihan lingkungan. Terutama apabila mereka berjualan di area Banyuurip Mangrove Center (BMC). Untuk logo dan label, ke-20 peserta telah memiliki logo dan label dalam *full color*, didesain menarik dan berbahan sticker tebal yang bertujuan agar label tidak mudah rusak sesuai dengan aturan BPOM [14] sehingga target 80% peserta telah memiliki logo dan label telah terlampaui.



Gambar 7. Tampilan produk setelah mengikuti edukasi dan pendampingan kemasan dan label usaha

Meskipun kegiatan abdimas ini berlangsung lancar dan sesuai dengan tujuan, akan tetapi yang menjadi catatan dari capaian kegiatan abdimas ini adalah:

- 1) Perubahan kemasan masih sampai tahap merubah kemasan konvensional pada kemasan jadi seperti *food container* atau *thin wall* persegi panjang, kemasan *standing pouch* dengan *seal* yang mudah diperoleh di pasaran namun hal ini masih dianggap hal yang wajar sebagai suatu proses awal yang akan menjadi pembuka bagi proses selanjutnya. Para ibu rumah tangga peserta Bunda Puspa cukup menunjukkan komitmen nya untuk melakukan suatu perubahan dari *mindset* pedagang menuju *mindset entrepreneur*. Hal tersebut sejalan dengan pendapat dari Muljani, dkk [15] bahwa perubahan sesederhana apapun dapat menimbulkan perbedaan besar pada seluruh khalayak manusia termasuk metode bekerja serta cara hidup. Selain itu mereka sudah memiliki pengetahuan bahwa produk mereka harus dilindungi dengan aman dengan menggunakan kemasan yang aman sesuai dengan kemampuan finansial mereka. Apabila produk sudah dikenal masyarakat dan terjadi peningkatan penjualan maka mereka akan menempuh proses pembuatan kemasan yang *custom* sesuai dengan produk mereka.
- 2) Pembuatan label masih belum lengkap, apabila mengacu pada peraturan BPOM tersebut sudah seharusnya disertai dengan informasi yang lengkap, seperti daftar bahan yang digunakan, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, halal, tanggal dan kode produksi, keterangan kedaluwarsa, dan asal usul bahan pangan tertentu. Bahkan khusus untuk nama produk, berat bersih atau isi bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi atau mengimpor, keterangan kedaluwarsa serta ijin edar harus ditempatkan pada bagian label yang paling mudah dilihat dan dibaca [14]. Oleh karena itu kegiatan abdimas ini dapat dilanjutkan dengan pendampingan *labelling* yang sesuai dengan peraturan tersebut. Menurut Seftiono, dkk [16] label yang lengkap menjadikan konsumen merasa yakin dan merasan aman dalam membeli dan mengkonsumsi produk tersebut.

Berdasar catatan evaluasi tersebut, agar kegiatan ini diharapkan terus berkelanjutan sehingga perubahan yang diharapkan dari sisi usaha yang dirintis oleh mitra akan nampak. Oleh karena itu mengakhiri kegiatan pengabdian masyarakat, pada sesi penutupan tim abdimas menyampaikan informasi pada para peserta bahwa:

- 1) Apabila menginginkan desain kemasan yang *custom* atau sesuai dengan produk mereka dengan harga terjangkau dapat berkunjung ke UPTI (Unit Pelaksana Teknis Industri) Makanan, Minuman Dan Kemasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur yang bertugas mendampingi para pelaku usaha skala UMKM dalam bentuk desain, pencetakan kemasan, bimbingan dan pelatihan tentang berbagai kemasan [17].
- 2) Semangat untuk mengembangkan usaha melalui pelatihan, penyuluhan maupun workshop tetap harus dipertahankan, karena manfaatnya tidak hanya dirasakan untuk diri mereka sendiri namun juga pada usaha yang mereka jalankan. Sebagai contoh edukasi tentang kemasan hendaknya dilanjutkan dengan edukasi tentang legalitas usaha seperti NIB (Nomor Induk Berusaha), Sertifikat Halal dan Hak Kekayaan Intelektual mencakup nama merek. Hal itu dilakukan dari pembelajaran yang dialami oleh IRT “Paras Putra Jaya” yang memproduksi kopi dengan merek “Cap Dua Cangkir”, pada saat mendesain label sebagai syarat kepengurusan PIR-T, setelah dilakukan penelusuran ditemukan bahwa merek yang sama telah digunakan oleh beberapa produsen kopi. Agar tidak menemui masalah hukum di kemudian hari maka setelah didiskusikan dengan tim, ditentukan merek baru adalah “Cap Cangkir Mulia” [7]
- 3) Selain itu, untuk mengembangkan usahanya, sangat diperlukan pelatihan dan pendampingan perencanaan bisnis. Mengingat bisnis yang mereka lakukan awalnya adalah sebagai usaha rumahan yang dijalankan tanpa perencanaan yang matang. Sudah saatnya perubahan *mindset* kewirausahaan disertai dengan

perencanaan – perencanaan yang terperinci meliputi aspek pemasaran dan penjualan, keuangan dan produksi. Merujuk pada pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh Zabidi [18] dengan khalayak mitra ibu-ibu PKK di Desa Pleret, Bantul yang memberikan pelatihan tentang perencanaan bisnis usaha batik didasarkan pada minimnya pengetahuan tentang perencanaan bisnis, implementasi bisnis, inovasi produk dan pengelolaan keuangan.

4. KESIMPULAN

Edukasi dan pendampingan kemasan dan label produk usaha bagi para ibu rumah tangga yang berperan sebagai peserta Program Bunda Puspa di Desa Banyuurip, Kecamatan Ujung Pangkah sejauh ini telah dilaksanakan dengan lancar, sesuai tujuan dan diterima baik oleh mitra. Hal ini terlihat dari antusias mereka mengikuti seluruh rangkaian kegiatan pengabdian masyarakat dari mulai hari pertama hingga hari kedua. Serta mitra telah menunjukkan perubahan pola pikir (*mindset*) dari seorang pedangang menjadi seorang entrepreneur agar usaha yang mereka rintis dapat naik kelas. Selain itu juga nampak adanya perubahan perilaku untuk mau berubah yang ditunjukkan dengan upaya mereka untuk mengganti kemasan dan menyertai produk usaha mereka dengan label, sehingga produk mereka mudah dikenali, memiliki pembeda dari produk sejenis serta lebih persuasif.

Perubahan memang memerlukan proses, dari evaluasi dapat diketahui bahwa perubahan yang dilakukan masih jauh dari harapan, namun sudah menunjukkan perkembangan dari kondisi sebelum dan sesudah. Oleh karena itu masih perlu pendampingan bagi ibu rumah tangga peserta Bunda Puspa untuk dapat menyempurnakan kemasan produk nya serta desain label-nya sesuai dengan peraturan BPOM. Selain itu disarankan pula untuk tersambung dengan *stakeholder* lain terkait dengan pembuatan kemasan yang *custom* yaitu mendatangi UPTI Makanan dan Minuman Kemasan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur serta tidak menyerah untuk terus menimba ilmu baik tentang perencanaan bisnis maupun tentang perlindungan hukum akan produk yang mereka hasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Pemerintah Kabupaten Gresik, “Peraturan Bupati (PERBUP) Nomor 9 Tahun 2022 tentang Peningkatan Kualitas Keluarga Dalam Mewujudkan Kesetaraan Gender Melalui Program Bunda Puspa,” 2022.
- [2] M. M. Garba and S. L. Abubakar, “The Influence of Entrepreneurial Learning Environment and Intrinsic Learners’ Need on Entrepreneurship Education,” *Open J. Bus. Manag.*, vol. 07, no. 03, pp. 1244–1261, 2019, doi: 10.4236/ojbm.2019.73087.
- [3] sdgsindonesia, “Tujuan Pembangunan Berkelanjutan,” 2017. [Online]. Available: <http://sdgsindonesia.or.id/index.php/sdgs/item/178-tujuan-pembangunan-berkelanjutan>.
- [4] R. A. Yuniawati, “Pemberdayaan Perempuan Dalam Membangun Kemandirian Ekonomi,” *SELAPARANG J. Pengabd. Masy. Berkemajuan*, vol. 5, no. 1, p. 169, 2021, doi: 10.31764/jpmb.v5i1.4861.
- [5] U. Aliyah, M. Hariyadi, and Prihadi, “Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Wisata Mangrove Desa Banyuurip, Pangkah, Gresik,” in *Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VII 2019 Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya*, 2019, no. 01, pp. 753–758, doi: 10.36563/publiciana.v15i01.424.
- [6] M. Muttaqien and L. K. Wardana, “Pembuatan Desain Kemasan Ramah Lingkungan Serta Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Perluasan Pasar Kripik Singkong Semuluh Kidul,” in *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2021, pp. 1946–1953, doi: 10.18196/ppm.26.543.
- [7] I. P. Ramayasa and I. G. A. V. Purnama, “Usaha Peningkatan Ekonomi Pada Industri Rumah Tangga ‘Paras Putra Jaya’ Melalui Bantuan Program Kemitraan Masyarakat,” *KACANEGARA J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 1–12, 2019, doi: 10.28989/kacanegara.v3i1.534.
- [8] W. Swasty, Y. Rahman, and A. N. Fadilla, “Pelatihan Kemasan Produk Kuliner Yang Persuasif Bagi Koperasi Dan UKM Kabupaten Bandung,” *Charity J. Pengabd. Masy.*, vol. 02, no. 01, pp. 1–9, 2019, doi: <https://doi.org/10.25124/charity.v2i1.2067>.
- [9] A. Widiati, “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak,” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.
- [10] P. Octasyilva, S. Leonita, and S. M. Damang, “Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Tangerang Selatan,” *Empower. Community*, vol. 1, no. 2, p. 41, 2020, doi: 10.31543/ecj.v1i2.356.

- [11] M. C. Anwar and M. C. Utami, "Analisis SWOT pada Strategi Bisnis dalam Kompetisi Pasar," *J. Sist. Inf.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–9, 2012, [Online]. Available: <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/282/0>.
- [12] T. S. Agustina, "Adopsi Teknologi Jasa Pesan Antar Makanan Online di Kalangan Perempuan Pedagang Kuliner pada Masa Pandemi Covid-19," *Perwira (Jurnal Pendidik. Kewirausahaan Indones.)*, vol. 3, no. 2, pp. 137–161, 2020, doi: <https://doi.org/10.21632/perwira.3.2.137-161>.
- [13] M. E. Apriyanti *et al.*, "Perbaikan Kemasan Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing Produk UKM Murni Snack," *Kumawula J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, p. 320, 2019, doi: 10.24198/kumawula.v4i2.34958.
- [14] Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia, "Peraturan Badan Pengawas Obat dan Makanan Nomor 31 Tahun 2018 tentang Label Pangan Olahan," 2018.
- [15] N. Muljani, L. Elitan, and Y. Koesworo, "Pelatihan Pembentukan Mindset Kewirausahaan untuk Memperkuat Karier Wirausaha Kaum Muda Kevikepan Surabaya Barat," *PeKA J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 2, no. 1, pp. 36–42, 2019, doi: 10.33508/v3i1.2860.
- [16] H. Seftiono, M. Maulidian, I. H. Sumiasih, and M. D. Puspitawati, "Program Pendampingan Kemasan Pangan bagi Tenan melalui Pusat Pengembangan Wirausaha Bioindustri," *Abdihaz J. Ilm. Pengabd. pada Masy.*, vol. 3, no. 2, p. 49, 2021, doi: 10.32663/abdihaz.v3i2.1472.
- [17] Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Timur, "UPTI Makanan, Minuman Dan Kemasan, Mitra IKM Mamin Jawa Timur Solusi Meningkatkan Kualitas Produk dan Kemasan," 2012. <http://uptyimamin.blogspot.com/>.
- [18] Y. Zabidi, "Pendampingan Ibu-Ibu PKK RT 04 Wonokromo I Pleret Bantul Dalam Melakukan Perencanaan dan Implementasi Bisnis, Proses Produksi, dan Pengembangan Produk Usaha Rintisan Wono Batik Jumputan," *KACANEGARA J. Pengabd. pada Masy.*, vol. 3, no. 1, pp. 47–54, 2019, doi: 10.28989/kacanegara.v3i1.498.