



## Peningkatan Nilai Produk Melalui Inovasi Kemasan pada UMKM Rengginang Singkong “Presida” Desa Ellak Daya, Kec. Lenteng, Kab. Sumenep

### *Increasing Product Value Through Packaging Innovation at Cassava Rengginang MSME “Presida” Ellak Daya Village, Lenteng District, Sumenep Regency*

Siti Novita Asti<sup>1\*</sup>, Dewi Wulansari<sup>2</sup>, Wasil Afandi<sup>3</sup>, Viona<sup>4</sup>, Rafikatul Lisyana Mashudah<sup>5</sup>, Rifki Adi Rahman<sup>6</sup>, Erik Putra Sadaliya<sup>7</sup>, Tolak Iyam<sup>8</sup>

<sup>1-8</sup> Universitas Wiraraja, Indonesia.

E-mail: [sitinovitaasti49@gmail.com](mailto:sitinovitaasti49@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [dewiwulansari@wiraraja.ac.id](mailto:dewiwulansari@wiraraja.ac.id)<sup>2</sup>, [wasilafandi8885@gmail.com](mailto:wasilafandi8885@gmail.com)<sup>3</sup>, [viona0258@gmail.com](mailto:viona0258@gmail.com)<sup>4</sup>, [rafikatullisana@gmail.com](mailto:rafikatullisana@gmail.com)<sup>5</sup>, [rifkiadirohman@gmail.com](mailto:rifkiadirohman@gmail.com)<sup>6</sup>, [ericsadaliya4@gmail.com](mailto:ericsadaliya4@gmail.com)<sup>7</sup>, [tolakrilexz@gmail.com](mailto:tolakrilexz@gmail.com)<sup>8</sup>

Alamat: Jl. Raya Sumenep-Pamekasan KM. 05, Patean, Kec. Batuan, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur 69451

\*Korespondensi Penulis: [sitinovitaasti49@gmail.com](mailto:sitinovitaasti49@gmail.com)

#### Article History:

Received: May 11, 2025;

Revised: May 27, 2025;

Accepted: June 17, 2025;

Online Available: June 19, 2025

**Keywords:** Cassava Rengginang, Community Service, MSME, Packaging Innovation, Product Value Enhancement.

**Abstract.** Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a vital role in driving local economic growth. “Presida” MSME, which produces cassava-based rengginang in Ellak Daya Village, Sumenep, faces challenges related to its simple and visually unappealing product packaging. This article aims to enhance product value through packaging innovation that is more functional, aesthetic, and aligned with market trends. The program was implemented in three stages: preparation, implementation, and monitoring and evaluation. A participatory approach was adopted to actively involve partners in training and designing the new packaging. The results indicate improved partner understanding of the importance of packaging and successful adoption of a more appealing and practical design. This packaging innovation contributes to increased product competitiveness and market expansion potential for the “Presida” MSME.

#### Abstrak.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. UMKM “Presida” yang bergerak dalam produksi rengginang singkong di Desa Ellak Daya, Sumenep, menghadapi tantangan dalam aspek kemasan produk yang masih sederhana dan kurang menarik. Artikel ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk melalui inovasi kemasan yang lebih fungsional, estetis, dan sesuai dengan tren pasar. Kegiatan dilaksanakan melalui tiga tahapan: persiapan, implementasi, serta monitoring dan evaluasi. Pendekatan partisipatif diterapkan untuk melibatkan mitra secara aktif dalam pelatihan dan proses desain kemasan baru. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman mitra terhadap pentingnya kemasan serta keberhasilan dalam mengadopsi desain kemasan yang lebih menarik dan praktis. Inovasi kemasan ini berkontribusi pada peningkatan daya saing dan potensi perluasan pasar produk UMKM “Presida”.

**Kata Kunci:** Inovasi Kemasan, Rengginang Singkong, Pengabdian Masyarakat, Peningkatan Nilai Produk UMKM.

## 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional, terutama dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Produk makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan pokok dalam kehidupan masyarakat, sehingga kebutuhan akan pangan akan selalu ada. Hal ini menciptakan potensi peluang bisnis kuliner yang sangat besar (Natsir & Waani, 2023). Salah satu tantangan yang kerap dihadapi oleh UMKM adalah keterbatasan dalam aspek pemasaran, khususnya pada desain dan fungsi kemasan produk. Inovasi dalam hal pengemasan yakni dengan menampilkan gambar dan pandangan suatu produk. Kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu menarik perhatian konsumen dan menciptakan citra produk yang positif. Kemasan harus dibentuk / di desain semenarik mungkin dengan menampilkan informasi yang jelas (Bastomi, 2022) dalam (Aprianti et al., 2022).

Sebagian besar penelitian sebelumnya cenderung berfokus pada pengembangan strategi pemasaran atau inovasi produk tanpa mengintegrasikan pendekatan holistik yang melibatkan inovasi packaging dan branding sebagai faktor utama peningkatan daya saing (Andi Hasryningsih Asfar, 2024). salah satu elemen terpenting dari sebuah produk adalah kemasannya. Secara umum kemasan dapat diartikan sebagai bagian luar yang melindungi isi produk dengan maksud untuk melindungi produk dari guncangan, cuaca, benturan dan benturan dengan benda lain. Kemasan biasanya berbentuk atau didesain untuk menunjukkan gambaran dan tampilan isi produk sehingga pesan yang disampaikan tepat bagi pengguna produk tersebut (Alfi Rizka & Yuniningsih Yuniningsih, 2023). Kemasan sering disebut sebagai *"the silent sales-man/girl"* karena menggambarkan tidak adanya pelayanan untuk menunjukkan kualitas produk. Apapun produknya, jika dikemas dengan baik akan menambah nilai produk (Nur Ahmas et al., 2022). Kemasan produk kita masih sangat mudah bersaing dengan produk luar Untuk itu, kemasan harus mampu menyampaikan pesannya melalui komunikasi yang informatif seperti: Komunikasi Antara Penjual dan Pembeli (Rico Elhando Badri et al., 2022).

UMKM "PRESIDA" yang berlokasi di Desa Ellak Daya, Kecamatan Lenteng, Kabupaten Sumenep, merupakan salah satu pelaku usaha lokal yang memproduksi rengginang berbahan dasar singkong. Meskipun memiliki cita rasa yang khas dan potensi pasar yang luas, produk ini menghadapi kendala dalam hal pengemasan yang masih sederhana dan kurang menarik secara visual, sehingga mempengaruhi daya saing di pasar modern.

Melalui pengabdian ini, tim pelaksana berupaya memberikan solusi atas permasalahan tersebut dengan memperkenalkan inovasi kemasan yang lebih fungsional, estetik, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Inovasi ini diharapkan dapat meningkatkan nilai jual produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta mendorong pertumbuhan UMKM “PRESIDA” secara berkelanjutan. Artikel ini membahas secara sistematis tahapan kegiatan yang dilakukan, hasil yang dicapai, serta dampaknya terhadap mitra UMKM.

## **2. METODE PELAKSANAAN KEGIATAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan melalui pendekatan partisipatif dengan melibatkan langsung pelaku UMKM “Presida” dalam setiap tahapan kegiatan. Fokus utama kegiatan ini adalah meningkatkan nilai jual produk rengginang singkong melalui inovasi kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan preferensi pasar.

Secara umum, kegiatan dilakukan melalui 3 tahapan sebagai berikut:

### **1) Tahap Persiapan**

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan kunjungan awal ke lokasi mitra UMKM di Desa Ellak Daya untuk melakukan pemaparan maksud dan tujuan program, serta menggali informasi mengenai kondisi eksisting kemasan produk. Selain itu, dilakukan identifikasi masalah, seperti kelemahan desain, bahan kemasan, dan ketidaksesuaian dengan standar pemasaran modern. Tahap ini juga mencakup kesepakatan solusi bersama antara tim dan mitra.

### **2) Tahap Implementasi Kegiatan**

Pada tahap pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pentingnya kemasan dalam meningkatkan nilai produk. Kegiatan ini mencakup pemberian materi mengenai tren kemasan saat ini, pengenalan jenis bahan kemasan yang sesuai, serta pembuatan desain label yang mencerminkan identitas produk. Mitra juga dilatih untuk membuat kemasan baru secara langsung, mulai dari perencanaan desain, hingga proses pengemasan produk rengginang singkong

### **3) Tahap Monitoring dan Evaluasi**

Setelah implementasi kegiatan selesai dilakukan, tim pengabdian melakukan monitoring terhadap penggunaan kemasan baru dalam kegiatan produksi dan evaluasi secara langsung untuk mengetahui permasalahan atau kendala yang dihadapi.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Lokasi kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan di Desa Ellak Daya Kec. Lenteng Kabupaten Sumenep. Pelaksanaan kegiatan dilakukan mulai tanggal 03 Mei 2025 – 24 Mei 2025 dengan jadwal kegiatan sebagai berikut:

**Tabel 1.** Jadwal Kegiatan PKL

Tanggal	Kegiatan
03 Mei 2025	Kunjungan Lapang I (Pemaparan maksud dan tujuan PKL dan identifikasi masalah pada mitra UMKM Rengginang Singkong “PRESIDA”)
10 Mei 2025	Kunjungan Lapang II (Menyepakati pemecahan solusi permasalahan mitra berupa pelatihan inovasi pengemasan produk, menyiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk pengemasan, dan membuat desain label kemasan sesuai dengan permintaan mitra)
17 Mei 2025	Kunjungan Lapang III (Pelatihan inovasi pengemasan produk rengginang singkong “PRESIDA”)
24 Mei 2025	Kunjungan Lapang IV (Monitoring dan evaluasi pada mitra dalam melakukan inovasi pengemasan produk rengginang singkong “PRESIDA”)

Adapun hasil kegiatan PKL sebagai berikut:

#### 1) Tahap Persiapan

Tahap persiapan diawali dengan observasi lapangan dan koordinasi dengan mitra UMKM “PRESIDA” pada tanggal 03 Mei 2025. Pada kegiatan ini dilakukan wawancara terkait permasalahan atau kendala yang dihadapi oleh mitra UMKM Rengginang Singkong “PRESIDA” dalam menjual dan memasarkan produknya. Melalui wawancara tersebut permasalahan utama yang teridentifikasi yaitu proses pengemasan produk yang masih konvensional dan kurang menarik bagi konsumen sehingga kurang mampu bersaing di pasar modern. Berdasarkan hasil diskusi antara mitra dengan tim pengabdian inovasi pengemasan menjadi salah satu solusi untuk mengatasi permasalahan.



**Gambar 1.** Wawancara dengan mitra

## 2) Tahap Implementasi Kegiatan

Hasil dari tahap implementasi kegiatan adalah sebagai berikut:

- a. Kunjungan lapang kedua tanggal 10 Mei 2025 yaitu sosialisasi mengenai inovasi pengemasan, menyiapkan peralatan yang dibutuhkan untuk pengemasan dan membuat desain label kemasan produk rengginang singkong “PRESIDA” untuk meningkatkan nilai jual produk.



**Gambar 2.** Sosialisasi inovasi pengemasan produk



**Gambar 3.** Peralatan pengemasan produk



**Gambar 4.** Desain label produk



- b. Kunjungan lapangan ketiga tanggal 17 Mei 2025 yaitu pelatihan pengemasan produk rengginang singkong “PRESIDA”



**Gambar 5.** Pelatihan pengemasan produk



**Gambar 6.** Before dan after setelah dilakukan inovasi pengemasan

### 3) Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap akhir kegiatan PKL dilakukan pada kunjungan ke empat pada tanggal 24 Mei 2025. Pada tahap ini tim PKL melakukan kunjungan secara langsung untuk memonitoring serta mengevaluasi mitra dalam melakukan pengemasan menggunakan alat yang lebih praktis. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi, mitra tidak mengalami kendala saat mengoperasikan alat yang telah disiapkan.



**Gambar 7.** Monitoring dan Evaluasi

#### 4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berhasil membantu UMKM “Presida” dalam meningkatkan nilai jual produk rengginang singkong melalui inovasi kemasan. Inovasi dilakukan dengan memperkenalkan desain kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Melalui pendekatan partisipatif, tim pelaksana dan mitra berhasil melakukan perbaikan dari sisi tampilan kemasan, penggunaan alat bantu kemasan, hingga pelatihan teknis yang mendukung peningkatan daya saing produk di pasar modern. Hasil monitoring menunjukkan bahwa mitra dapat mengoperasikan alat kemasan dengan baik tanpa hambatan, serta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya kemasan dalam pemasaran produk. Dengan demikian, inovasi kemasan terbukti efektif dalam menambah nilai produk dan memperluas potensi pasar UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alfi Rizka, & Yuniningsih Yuniningsih. (2023). Inovasi Kemasan Produk dan Pelabelan Untuk Menciptakan Nilai Tambah pada Produk UMKM Dapur Keysha di Desa Mranggonlawang. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 51–57. <https://doi.org/10.55606/jppmi.v2i3.433>
- Andi Hasryningsih Asfar, et. al. (2024). Penyuluhan Inovasi Packaging Dan Branding Pada UMKM Sebagai Upaya Meningkatkan Pemasaran Dan Nilai Jual Lapis Ketan. 374–386.
- Aprianti, K., Rachmatia, N. N., Alladin, D., Syarif, M., Manajemen, P. S., Tinggi, S., & Ekonomi, I. (2022). Optimalisasi Kemampuan UMKM Melalui Strategi Peningkatan Value Produk Untuk Mencapai Produk Lokal Unggulan Di Kelurahan Rontu Kota Bima. 2(3), 321–328.
- Natsir, K., & Waani, A. M. (2023). Meningkatkan Nilai Produk Kuliner Melalui Inovasi Kemasan. 6(3), 661–670.
- Nur Ahmas, A. A., Sutrisno, T., & Ratnasari, I. (2022). Upaya Peningkatan Strategi Bersaing Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Melalui Inovasi Desain Kemasan Dan Pemasaran Produk Di Kabupaten Karawang. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(1), 124. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v6i1.7625>
- Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, & Anandha Sartika Putri. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>