

---

## Pelatihan Desain Kemasan dan Sosialisasi Penjualan Kripik Tempe Melalui Media Digital

**Sujono<sup>1\*</sup>, Siti Sufaidah<sup>2</sup>, Munawarah<sup>3</sup>, Hikmatul Hasanah<sup>4</sup>, Rahmat Aris Mujahidin<sup>5</sup>,  
Firdaus May Sulvani<sup>6</sup>, Umami Uswatun Khasanah<sup>7</sup>**

<sup>1\*</sup> Informatika, Universitas KH.A. Wahab Hasbullah

<sup>2,3</sup> Sistem informasi, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah

<sup>4</sup> Pendidikan Biologi, Universitas KH.A. Wahab Hasbullah

<sup>5,6,7</sup> Manajemen, Universitas KH.A. Wahab Hasbullah

\*Email: [sujono@unwaha.ac.id](mailto:sujono@unwaha.ac.id)

---

### ABSTRACT

*Low competitiveness is often caused by the limited capacity of economic actors in marketing. So this community service aims to contribute to the development of the local economy of Turipinggir Megaluh Village by improving the packaging design of tempeh chips products and implementing awareness of digital business strategies. Turipinggir Megaluh Village, which is located in the countryside, has great potential in producing quality tempeh chips but often experiences obstacles in marketing and branding. The initial survey was conducted to identify the needs and problems faced by local tempe chips producers, design attractive and functional packaging, and develop outreach strategies through digital means such as social networks and e-commerce platforms. The result of this community service is more attractive and functional packaging designs, as well as a better understanding of digital marketing by manufacturers. Thanks to this approach, sales of tempe chips in Turi Pinggir Megaluh Village increased significantly. Additionally, local communities also benefit from increased digital marketing knowledge and skills, which can help them develop micro-enterprises in the future.*

**Keywords:** *Packaging Design; Digital Marketing*

### ABSTRAK

Rendahnya daya saing seringkali disebabkan oleh terbatasnya kapasitas pelaku ekonomi dalam pemasaran. Maka Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk berkontribusi terhadap pengembangan perekonomian lokal Desa Turi Pinggir Megaluh dengan memperbaiki desain kemasan produk keripik tempe dan menerapkan strategi kesadaran bisnis melalui digital. Desa Turi Pinggir Megaluh yang terletak di pedesaan mempunyai potensi yang besar dalam memproduksi keripik tempe yang berkualitas namun seringkali mengalami kendala dalam pemasaran dan branding. survei awal dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang dihadapi produsen keripik tempe lokal, merancang kemasan yang menarik dan fungsional, serta mengembangkan strategi sosialisasi melalui sarana digital seperti jejaring sosial dan platform e-commerce. Hasil dari pengabdian masyarakat ini adalah desain kemasan yang lebih menarik dan fungsional, serta pemahaman yang lebih baik tentang pemasaran digital oleh produsen. Berkat pendekatan ini, penjualan keripik tempe di Desa Turi Pinggir Megaluh meningkat signifikan. Selain itu, masyarakat lokal juga mendapat manfaat dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital, yang dapat membantu mereka mengembangkan usaha mikro di masa depan.

**Kata Kunci:** *Desain Kemasan, Digital Markering*

---

### PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat dalam pengentasan kemiskinan adalah sebuah komitmen dengan pusat regional. Kemiskinan adalah masalah jaminan sosial yang relevan dengan sektor pembangunan lainnya, yang ditandai dengan pengangguran, keterbelakangan, dan ketidak berdayaan (Wijanarko et al., 2022).

Berdasarkan zaman yang terus berkembang membawa perubahan pada segala bidang peradaban. Tak terkecuali dalam bidang ekonomi, perkembangan teknologi pemasaran digital dapat memungkinkan para pelaku usaha atau pihak-pihak yang ingin melakukan hal tersebut memulai bisnis untuk memasarkan produk mereka secara online (Saat Ibnu Waqfin et al., 2023). Dengan adanya revolusi digital 4.0, banyak perubahan yang terjadi pada UMKM di seluruh dunia pergeseran gaya belanja konsumen dari offline ke online

Oleh karena itu, sangat penting bagi calon UMKM atau pengusaha di tingkat UMKM yang memiliki informasi cukup. Saat ini kebanyakan UMKM belum memanfaatkan digital marketing sebagai media memasarkan produknya. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan banyak melaksanakan kegiatan berupa pengenalan pengetahuan tentang pentingnya penguasaan pemasaran digital bagi pelaku ekonomi.

Industri mikro dan usaha kecil berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi lokal di berbagai daerah, termasuk di Desa Turi Pinggir Megaluh. Salah satu produk unggulan desa ini adalah keripik tempe, produk yang memiliki potensi pasar yang besar namun seringkali terbatas dalam hal pemasaran dan pengemasan yang efektif. Di era yang semakin digital saat ini, penggunaan media digital dapat menjadi alat yang sangat berharga untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan produk local (Mathematics, 2016). Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan industri keripik tempe di Desa Turi Pinggir Megaluh. Tujuan utama dari pengabdian ini adalah untuk menciptakan desain kemasan yang menarik dan efektif, serta melaksanakan kegiatan penyadaran melalui media digital. Kedua aspek tersebut dinilai krusial dalam upaya peningkatan daya saing produk dalam negeri di pasar yang semakin kompetitif.

Desain kemasan memegang peranan penting dalam mempengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk. Dalam konteks produk pangan seperti keripik tempe, kemasan yang menarik dapat memberikan kesan pertama yang positif kepada konsumen sehingga dapat mendorong pembelian (Wadud & Fitriani, 2021). Selain itu, sosialisasi penjualan melalui media digital memberikan peluang untuk menjangkau pasar yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah, yang merupakan keuntungan besar bagi usaha kecil dan besar di daerah terpencil seperti Desa Turi Pinggir Megaluh.

Melalui kolaborasi antara masyarakat lokal, pengelola usaha mikro, dan akademisi, diharapkan pengabdian masyarakat ini dapat membawa manfaat jangka panjang. Selain meningkatkan penjualan produk keripik tempe, layanan ini juga memberikan peluang untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital bagi masyarakat lokal, yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan usaha, perekonomian dan usaha lokal di masa depan

## **METODE**

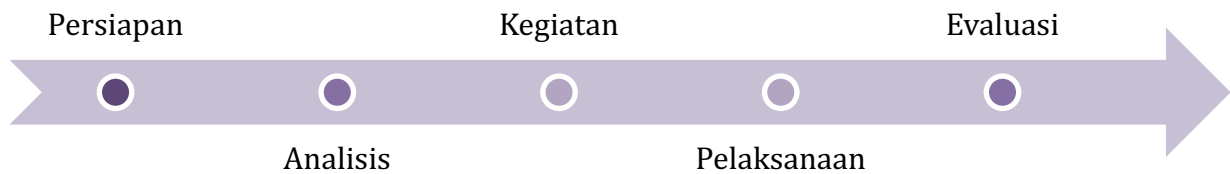
Kegiatan pengabdian dilakukan melalui aktifitas pelatihan dan pendampingan langsung kepada pelaku usaha atau UMKM. Metode pendekatan yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dalam pelaksanaan program pengembangan desa Turi Pinggir Megaluh yang berupa perancangan desain kemasan dan sosialisasi digital marketing ini menggunakan menggunakan metode *Participatori Action Research* (PAR) dimana seluruh pihak yang relevan (stakeholders) dilibatkan secara aktif dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung melalui kegiatan workshop (Rapita et al., 2020).

Pada pelaksanaan program kegiatan “Pembuatan Desain Kemasan Dan Sosialisasi Penjualan Produk Kripik Tempe Melalui Media Digital” menggunakan metode sosialisasi dan diskusi. Pelaksanaan program kerja dilaksanakan selama 3 minggu. Dalam kegiatan ini, penulis telah melakukan beberapa wawancara kepada pihak setempat dari Desa Turi Pinggir Kecamatan Megaluh. Adapun bentuk-bentuk kegiatan program kerja pengabdian masyarakat disajikan pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 2.1.** Jadwal Pelaksanaan Kegiatan

<b>Uraian Kegiatan</b>	<b>Waktu Pelaksanaan</b>
Kunjungan ke Perangkat Desa Turi Pinggir	25 Agustus 2023
Kunjungan ke Pelaku UMKM Kripik Tempe Desa Turi Pinggir	29 Agustus 2023
Analisis Permasalahan Pelaku UMKM kripik tempe Desa Turi Pinggir	31 Agustus 2023
Sosialisasi Pemasaran Melalui Media Digital	09 September 2023
Pembuatan Logo Desain Kemasan Kripik Tempe	15 September 2023

Sedangkan, metode pelaksanaan kegiatan yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 1 dibawah ini.



**Gambar 2.1.** Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

Berdasarkan gambar 1 dapat dijelaskan Selama kegiatan-kegiatan yang dilakukan yaitu sebagai berikut:

1. Tahapan Persiapan  
Tahapan ini dilakukan untuk menentukan lokasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu UMKM Kripik Tempe Desa Turi Pinggir Kecamatan Megaluh.
2. Tahapan Analisis  
Tahapan ini dilakukan untuk kunjungan kepada para perangkat desa juga meminta izin untuk melaksanakan program pengabdian msayarakat pada UMKM kripik tempe yang ada di Desa Turi Pinggir Kecamatan Megaluh.
3. Tahapan Kegiatan  
Pada tahapan ini dilakukan untuk survei lokasi sekaligus wawancara menggali permasalahan apa yang dihadapi oleh UMKM kripik tempe di Desa Turi Pinggir Kecamatan Megaluh.
4. Tahapan Pelaksanaan  
Tahapan ini merupakan tahapan yang sangat penting dimana pada tahapan ini dilakukan penyampaian materi berkenaan dengan strategi pemasaran sampai dengan pembuatan desain produk diantaranya yaitu desain Logo dan Packaging Kemasan. Penyampaian materi dilakukan dengan berinteraksi secara langsung kepada UMKM Desa Turi Pinggir.
5. Tahapan Evaluasi  
Tahapan ini dilakukan setelah kegiatan selesai dilaksanakan. Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu pelaku usaha kegiatan ini terbilang sangat bermanfaat dan menjadi peluang yang sangat baik bagi pemasaran produk kedepannya

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat telah dilakukan pada bulan 21 Agustus 2023 – 22 September 2023. Kegiatan ini terdiri dari beberapa tahapan awal yaitu koordinasi dengan melakukan kunjungan secara langsung ketempat UMKM Kripik Tempe Desa Turi Pinggir Kecamatan Megaluh. Pada saat dilakukan sesi wawancara masih banyak terdapat kelemahan dalam memproduksi hasil produk UMKM Desa Turi Pinggir ini. Selain itu juga, dari segi logo kemasan juga kurang menarik karena belum memenuhi kriteria standarisasi desain logo penjualan sehingga dapat menyebabkan kurangnya minat konsumen pada produk UMKM Kripik Tempe Desa Turi Pinggir. Berikut ini adalah kegiatan survey yang dilakukan pada Gambar 2.



**Gambar 3.1.** Survey Lapangan

Kemudian hasil produk UMKM Kripik Tempe Desa Turi Pinggir yang ditunjukkan pada Gambar 3 sebagai berikut :



**Gambar 3.2** Hasil Produk dan Logo Kemasan UMKM Kripik Tempe

Pada Gambar 3.2. Merupakan hasil produksi UMKM Kripik Tempe Dari Desa Turi Pinggir dengan bentuk logo dan kemasan yang sederhana hanya menggunakan kemasan plastic biasa. Hal Ini tentunya akan membuat produk Kripik Tempe kurang diminati oleh para konsumen.

Dari pengalaman pengabdian masyarakat sebelumnya yang dilakukan oleh yaitu Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan Branding Kemasan Dalam Pengembangan UMKM Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal menunjukkan bahwa penggunaan teknologi dan internet di era sekarang ini semakin berkembang di berbagai bidang khususnya bagi para pelaku usaha UMKM dalam menjalankan usahanya. Pemanfaatan teknologi memberikan kemudahan bagi para pelaku usaha UMKM untuk memasarkan produknya lewat media digital. Namun, kurangnya pemahaman mengenai desain kemasan dan digital marketing oleh pelaku usaha UMKM menghambat berkembangnya usaha yang

Oleh karena itu dengan adanya kegiatan pengabdian masyarakat difokuskan untuk meningkatkan penjualan Kripik Tempe yang berada di Desa Turi Pinggir dengan diadakan Pembuatan desain kemasan dan sosialisasi penjualan produk kripik tempe menggunakan media digital. Karena desain logo kemasan menjadi cerminan usaha yang didirikan oleh seseorang untuk menjaga ekuitas merek dalam rangka mempromosikan hasil produk yang dihasilkan. Selain itu, tujuan dari desain kemasan adalah agar kemasan dapat mendukung loyalitas merek dan mendorong penjualan jika dirancang dengan baik, karena merupakan produk pertama yang dilihat oleh pengguna konsumen adalah kemasan produk (Kirana et al., 2023).





**Gambar 3.3.** Hasil Produk dan Logo Kemasan

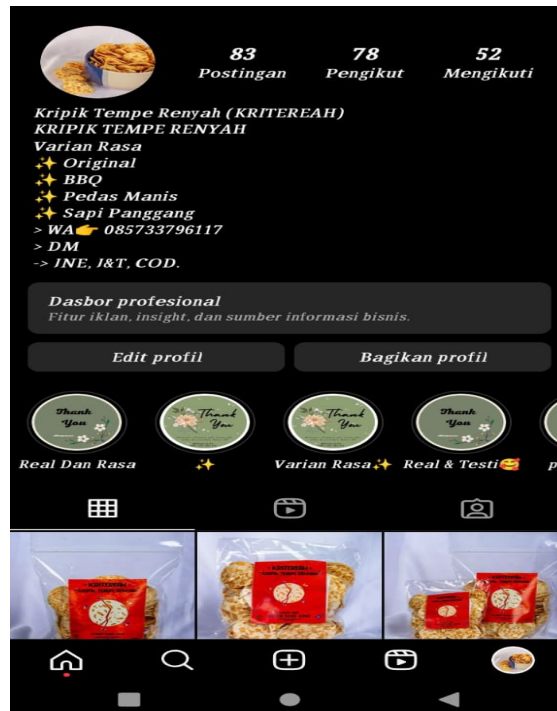
Dari Gambar 4. Diatas dapat dikatakan bahwa desain kemasan yang menarik bukan hanya berperan dalam memperindah tampilan produk, tetapi juga dalam menciptakan kesan pertama yang positif pada konsumen. Desain kemasan yang telah diperbarui berhasil menciptakan identitas merek yang lebih kuat untuk produk kripik tempe lokal, membantu produk bersaing lebih baik di pasar.



**Gambar 3.4.** Sosialisasi Penjualan Produk Melalui Media Digital

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang kedua ini adalah sosialisasi penjualan produk melalui media digital yang dilaksanakan pada tanggal 09 September 2023 di Balai Desa Turi Pinggir. Pelatihan ini dilaksanakan untuk memberikan pemahaman yang lebih luas mengenai pemasaran melalui media digital. Kegiatan ini diikuti sekitar 15 orang khususnya para pelaku UMKM dan karang taruna Desa Turi Pinggir. Pemateri dalam kegiatan ini adalah M. Mujib adhan, S.Kom sebagai pelaku usaha dan konten creator. Penyampaian materi diawali dengan menjelaskan media digital itu seperti apa saja sampai dengan cara pemanfaatan media digital untuk pemasaran produk.

Penggunaan media digital, seperti website, media sosial, dan platform e-commerce, membuka pintu bagi produk-produk lokal untuk mencapai pasar yang lebih besar. Melalui platform ini, produsen kripik tempe dapat berinteraksi dengan konsumen, mempromosikan produk, dan meningkatkan pemahaman konsumen tentang produk mereka. Dengan adanya sosialisasi ini juga dapat memberdayakan masyarakat lokal dengan keterampilan yang relevan dan berharga. Sehingga peningkatan penjualan produk kripik tempe berkontribusi langsung pada peningkatan pendapatan produsen lokal. Hal ini memberikan dampak positif pada tingkat kesejahteraan masyarakat dan perkembangan ekonomi di tingkat desa.



**Gambar 3.5.** Foto Akun Instagram UMKM Kripik Tempe

Setelah diadakan sosialisasi penjualan produk kripik tempe melalui media digital di Desa Turi Pinggir, para pelaku UMKM dengan antusias didampingi untuk membuat akun Instagram khusus produk kripik tempe. Dengan bimbingan dan pelatihan yang diberikan, mereka segera melangkah ke dunia digital untuk berbagi cerita tentang kualitas produk kripik tempe, menampilkan gambar-gambar menggiurkan, dan berinteraksi dengan pelanggan potensial. Langkah ini tidak hanya meningkatkan jangkauan produk, tetapi juga membantu memperkuat komunitas UMKM lokal dalam mengambil langkah menuju pemasaran yang lebih modern dan efektif. Dan tidak hanya membantu pelaku UMKM memahami bagaimana memanfaatkan media digital sebagai alat pemasaran yang efektif, tetapi juga memberikan mereka kendali penuh dalam mengelola identitas merek dan menjangkau konsumen potensial secara langsung. Dengan semangat yang menggebu, para pelaku UMKM siap untuk membawa kelezatan kripik tempe lokal ini kepada dunia melalui media sosial yang penuh potensi.

## **SIMPULAN**

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan industri kripik tempe di Desa Turi Pinggir Megaluh melalui pembuatan desain kemasan yang menarik dan sosialisasi penjualan melalui media digital. Hasil dan pembahasan proyek ini mengungkapkan sejumlah aspek penting yang dapat disimpulkan yaitu Desain kemasan yang menarik memiliki peran penting dalam menciptakan identitas merek yang kuat dan memberikan kesan positif pertama kepada konsumen dan media digital memberikan produsen kripik tempe peluang untuk mempromosikan produk mereka secara efektif kepada konsumen potensial. Dengan demikian, pengabdian masyarakat ini tidak hanya menghasilkan perubahan positif dalam industri kripik tempe lokal tetapi juga memberikan contoh nyata tentang bagaimana pendekatan holistik yang menggabungkan desain kemasan dan pemasaran melalui media digital dapat memajukan ekonomi masyarakat di desa terpencil. Melalui kerjasama yang kuat antara pihak akademis dan komunitas lokal, upaya ini menjadi bukti bahwa kolaborasi dapat menghasilkan dampak nyata dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15–31. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>
- Kirana, C., Puspita, D., Tjhin, R., Setiawan, Y., Pambudi, D. H., & Salbiyanti, R. (2023). Penguatan UMKM Milik Desa Melalui Pelatihan Pembuatan Desain Packaging Kemasan. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 13–18. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i1.25>
- Lilawati, E., Febia, R. A., Anwar, H., & Anam, N. (2021). *Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM Desa Ngogri Megaluh*. 4(1), 2021–2023.
- Mathematics, A. (2016). *Mengembangkan Bisnis Melalui Diigital Marketing*. 4(2), 1–23.
- Rapita, D. D., Sukriono, D., Ratnawati, N., & Saputra, M. (2020). Optimalisasi Pelayanan Publik Melalui Pendampingan Pemanfaatan Website Pemerintah Desa Kecamatan Sumberpucung Kabupaten Malang. *Jurnal Praksis dan Dedikasi Sosial (JPDS)*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.17977/um032v3i2p61-67>
- Saat Ibnu Waqfin, M., Yani Ristanti, E., Fahmi Cholqi, M., Dwi Andini, S., Agama Islam, P., A Wahab Hasbullah, U. K., & Syariah, E. (2023). *Pendampingan Pemasaran Produk UMKM Menggunakan Digital Marekting*. 4(1), 2774–6755.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177. <https://doi.org/10.24235/dimasejati.v3i2.9249>
- Wijanarko, K. D., Sarwido, Sugiarti, M. I., Erdiyansyah, M. I., & Darnoto. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dan Penerapan Branding Kemasan Dalam Pengembangan Umkm Kripik Tempe Saginah Desa Suwawal. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 89–94.