



JURNAL ABDI INSANI

Volume 12, Nomor 2, Februari 2025

<http://abdiinsani.unram.ac.id>. e-ISSN : 2828-3155. p-ISSN : 2828-4321



PELATIHAN KEWIRAUSAHAAN DAN PENGEMASAN PRODUK UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING KELOMPOK UMKM KELURAHAN SAWUNGGALING SURABAYA

*Boosting UMKM Competitiveness with Entrepreneurship and Product Packaging Training
in Sawunggaling District, Surabaya*

**Nadia Asandimitra^{*}, Dewie Tri Wijayati Wardoyo, Sri Setyo Iriani, Anang Kistyanto, Hariyati,
Ratih Amelia**

Prodi S3 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya
Jalan Kampus Ketintang, Surabaya, 60231

*Alamat Korespondensi : nadiaharyono@unesa.ac.id

(Tanggal Submission: 30 Oktober 2024, Tanggal Accepted : 20 Februari 2025



Kata Kunci :

*UMKM,
Kewirausahaan,
Pelatihan,
Pengemasan
Produk, Daya
Saing*

Abstrak :

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial dalam perekonomian nasional, memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Di Indonesia, kehadiran UMKM berperan besar dalam mengurangi pengangguran yang disebabkan oleh keterbatasan penyerapan tenaga kerja dalam sektor formal. Jumlah UMKM di Indonesia, termasuk di kelurahan Sawunggaling, Surabaya, terus mengalami peningkatan. Kelurahan Sawunggaling sendiri memiliki banyak potensi yang dapat dikembangkan menjadi kegiatan bisnis. Sayangnya, karena keterbatasan kompetensi sumber daya manusia, ruang kreasi yang ada belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh mitra. Mitra juga menghadapi kesulitan dalam merancang desain kemasan makanan dan minuman yang menarik. Program ini bertujuan untuk mengoptimalkan fasilitas yang ada serta memberikan pelatihan guna menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan meningkatkan keterampilan UMKM dalam hal desain kemasan makanan dan minuman. Metode kegiatan yang diterapkan adalah peningkatan pemahaman dan keterampilan melalui pelatihan yang mengenalkan strategi kewirausahaan dan pengemasan produk, termasuk mencantumkan identitas UMKM pada kemasan. Hasil dari kegiatan PKM menunjukkan bahwa target PKM ini tercapai dengan baik, yaitu meningkatnya kesadaran dan pengetahuan para pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman di Kelurahan Sawunggaling, Surabaya, akan pentingnya mindset berwirausaha serta pentingnya kemasan produk dan ide-ide desain kemasan yang dapat meningkatkan daya saing.



Key word :

MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises), Entrepreneurship, Training Program, Product Packaging, Digital Skills

Abstract :

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the national economy, making a significant contribution to economic growth and development. In Indonesia, the presence of MSMEs greatly aids in reducing unemployment caused by limited labor absorption in the formal sector. The number of MSMEs in Indonesia, including in the Sawunggaling sub-district of Surabaya, continues to increase. The Sawunggaling sub-district itself has numerous potentials that can be developed into business activities. Unfortunately, due to limited human resource competencies, the creative spaces available have not been fully utilized by partners. Partners also face difficulties in designing attractive food and beverage packaging. This program aims to optimize existing facilities and provide training to foster entrepreneurial spirit and improve MSME skills in terms of food and beverage packaging design. The activities implemented include enhancing understanding and skills through training that introduces entrepreneurial strategies and product packaging, including incorporating MSME identity into the packaging. The results of the PKM activities show that the PKM target was achieved well, namely an increase in awareness and knowledge among MSME actors in the food and beverage sector in the Sawunggaling sub-district, Surabaya, about the importance of entrepreneurial mindset and product packaging, as well as packaging design ideas that can enhance competitiveness.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7th edition) :

Asandimitra, N., Wardoyo, D. T. W., Iriani, S. S., Krisyanto, A., Hariyati, & Amelia, R. (2025). Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya. *Jurnal Abdi Insani*, 12(2), 583-596. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i2.2193>

PENDAHULUAN

UMKM atau yang sering disebut dengan usaha mikro, kecil, dan menengah mempunyai peran yang sangat penting dalam memajukan dan mendorong perekonomian suatu negara. Bagi Indonesia sendiri UMKM mempunyai peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Dengan, adanya UMKM di Indonesia dapat mengurangi pengangguran yang diakibatkan tidak terserapnya angkatan kerja dalam dunia kerja. Peran UMKM yang begitu penting bagi perekonomian Indonesia membuat Pemerintah Indonesia terus berupaya mendukung UMKM untuk terus maju. Dukungan Pemerintah Indonesia salah satunya berupa dukungan finansial dan kelengkapan bahan baku melalui badan usaha milik negara (BUMN). Namun dukungan tersebut masih belum mampu untuk membuat UMKM menjadi lebih kuat.

Salah satu UMKM yang mempunyai peran sangat penting dalam perekonomian Indonesia yaitu UMKM makanan minuman. Menurut artikel presidenri.go.id terdapat 56 juta pelaku UMKM dan 70% di antaranya UMKM makanan minuman. UMKM makanan minuman ini berpotensi menjadi penggerak perekonomian Indonesia. UMKM makanan minuman mempunyai peran penting dalam perekonomian karena UMKM makanan minuman ini dapat mengatasi pengangguran, sebagai contoh jika seorang pemilik UMKM warung bakso dapat menyerap 2 tenaga kerja, bisa dibayangkan jika terdapat 10 orang pemilik UMKM warung maka mampu menyerap 20 tenaga kerja. UMKM makanan minuman merupakan bisnis yang tidak akan pernah mati. UMKM makanan minuman terus berkembang pesat seiring permintaan konsumen yang terus bertambah dan kebutuhan konsumen yang beraneka ragam.



UMKM di sektor makanan dan minuman dapat menarik calon konsumen melalui pengemasan yang menarik. Sebagai salah satu atribut produk, pengemasan mampu menciptakan daya tarik tersendiri bagi konsumen. Hanifawati (2023), menyatakan bahwa salah satu tantangan yang dihadapi industri makanan berskala kecil, mikro, dan menengah dalam memasuki ritel modern adalah rendahnya daya saing produk akibat pengemasan yang kurang menarik. Padahal, pengemasan berfungsi sebagai alat pemasaran yang sering disebut sebagai "silent salesman." Pengemasan produk yang baik dan menarik konsumen melibatkan beberapa elemen kunci. Pertama, desain kemasan harus menarik. Kedua, kemasan harus melindungi produk dengan baik dan mudah dibuka. Ketiga, informasi produk harus dicantumkan dengan jelas, termasuk logo, nama merek, dan detail kontak. Keempat, bahan kemasan harus kuat dan ramah lingkungan. Terakhir, kemasan harus memiliki keunikan yang membedakan produk dari pesaing. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini, produk Anda akan lebih menonjol dan menarik di mata konsumen.

Kelurahan Sawunggaling merupakan salah satu kawasan sentra makanan minuman di Kelurahan Sawunggaling, yang terletak di jantung kota Surabaya, telah lama dikenal sebagai kawasan sentra kuliner yang memikat. Berbagai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah ini bergerak dalam bidang makanan dan minuman, menawarkan ragam cita rasa yang menggugah selera. Mulai dari hidangan tradisional yang sarat akan warisan budaya hingga kreasi modern yang inovatif, UMKM di Sawunggaling terus berinovasi dan berkembang, menciptakan peluang usaha baru serta menarik perhatian para pecinta kuliner dari berbagai penjuru kota. Namun keterbatasan kompetensi sumber daya manusia yang dimiliki, utilitas ruang kreasi tersebut belum dioptimalkan oleh mitra. Mitra tidak mempunyai kemampuan dalam membuat desain kemasan makanan dan minuman yang menarik. Oleh karena itu, kesadaran mitra dan kesediaan Program Studi S3 Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya untuk bekerjasama yang baik guna mengoptimalkan potensi jiwa kewirausahaan dari pelaku UMKM melalui sebuah pelatihan. Dengan adanya program pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat meningkatkan UMKM. Berikut daftar UMKM yang ada di Kelurahan Sawunggaling tersaji pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar UMKM yang ada di Kelurahan Sawunggaling

NO	NAMA PEMILIK	NAMA UMKM	ALAMAT	FOTO	LEGALITAS
1.	Aries Susilaningsih	Aries Cookies	Jl. Karanganyang 3/36 b		NIB
2.	Sisca Wahyu Andiana	Dapoer BySisca	Jl. Karanganyang 5 no 4		Belum
3.	Nurul Qodriyah	Pizza Eagle	Jl. Karanganyang 234A		NIB

4.	Subaidah	Ida Jus	Jl. Joyoboyo Belakang no 5A		NIB
5.	Sudarni	Sinom	Jl. Gunungsari 2/19a		NIB

Masalah yang muncul berdasarkan wawancara dengan mitra adalah kurang optimalnya kemampuan kewirausahaan yang digambarkan dalam permasalahan di bawah ini:

- a. Mitra memiliki keterbatasan pengetahuan kewirausahaan.
- b. Mitra kesulitan untuk mencari ide-ide kreatif dan mengoptimalkan pembuatan kemasan untuk produk makanan dan minuman.

Pengabdian kepada masyarakat ini menjadi kegiatan yang dapat memberikan solusi terhadap upaya mengoptimalkan pemanfaatan ruang kreasi dan pemenuhan kebutuhan terhadap peningkatan skill dan pengetahuan terkait kewirausahaan pada UMKM kelurahan Sawunggaling.

Solusi yang ditawarkan adalah dengan memberikan pelatihan kewirausahaan dan pengemasan produk makanan dan minuman. Kegiatan ini juga memberikan solusi bagaimana UMKM dapat membuat kemasan yang menarik dan higienis sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli produk makanan dan minuman tersebut. Dengan solusi yang diberikan, diharapkan dapat membangkitkan potensi serta mendukung UMKM kelurahan Sawunggaling. Mitra ini menjadi sasaran dikarenakan berbagai keterbatasan yang dialaminya, diantaranya:

- a. Mitra memiliki keterbatasan pengetahuan kewirausahaan.
- b. Mitra kesulitan untuk mencari ide-ide kreatif dan mengoptimalkan pembuatan kemasan untuk produk makanan dan minuman.

Oleh karena itu target luaran Pengabdian Kepada Masyarakat kami adalah: 1) Publikasi Ilmiah, 2) Publikasi pada media massa, 3) Peningkatan pemahaman dan keterampilan mitra, 4) Video dokumentasi dan brosur/pamflet/ poster digital.

Solusi: 1) Memberikan pelatihan kewirausahaan bagi UMKM kelurahan Sawunggaling sehingga UMKM memahami cara untuk bertahan di tengah persaingan industri makanan dan minuman di Surabaya. Solusi: 2) Memberikan pelatihan pengemasan, sehingga UMKM dapat membuat kemasan yang menarik dan kemasan yang dapat membuat makanan dan minuman yang mereka jual tetap higienis.

METODE KEGIATAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan metode pendekatan berupa upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan kelompok UMKM binaan mitra makanan minuman untuk menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan membuat desain kemasan produk untuk meningkatkan daya saing. Pendekatan peningkatan pemahaman dan keterampilan dengan tujuan agar dapat berdaya saing, dilakukan dengan mengadakan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya. Pendekatan peningkatan pemahaman dan keterampilan dilakukan dengan mengadakan pelatihan mengenalkan strategi kewirausahaan bagi para penggiat UMKM. Hal ini bertujuan agar UMKM makanan dan minuman kelurahan Sawunggaling dapat bertahan.

Pelatihan berikutnya adalah pelatihan pengemasan produk. UMKM diberi pelatihan memilih, membuat design dengan mencantumkan identitas UMKM pada kemasan produk makanan dan minuman. Diawali dengan pemetaan kebutuhan mitra, kendala yang dihadapi Mitra dan pengumpulan data, pengusul kemudian merancang pelaksanaan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing kelompok binaan UMKM.

Kegiatan diikuti oleh pemilik UMKM makanan dan minuman binaan Kelurahan Sawunggaling kota Surabaya dengan peserta kurang lebih 27 orang. Adapun susunan kegiatan sebagai berikut

1. Kick-off Meeting

Pada tahap ini melibatkan seluruh tim pengusul dengan Mitra. Penyampaian rencana kegiatan serta tujuan yang ingin dicapai, serta penyampaian kerjasama kegiatan "Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya"

2. Pembuatan Materi Pelatihan

Tahapan ini akan efektif dan efisien jika tim mengetahui materi terkait strategi kewirausahaan dan pembuatan kemasan produk makanan dan minuman yang dapat digunakan untuk memasarkan produk melalui digital yang dapat menjadi solusi bagi permasalahan dan kendala yang dihadapi Mitra. Tim akan melakukan diskusi dengan Mitra dan observasi lapangan ke lokasi Mitra untuk memastikan materi pelatihan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan Mitra.

Materi pengemasan produk yang akan disampaikan pada mitra adalah sebagai berikut:

- Penyiapan logo yang sudah ada
- Spesifikasi produk dan diferensiasi produk
- Analisis fitur kemasan VIEW (Visibility, Information, Emotion Appeal, Workability)
- Brand Positioning
- Brand Identity : identitas merek akan ditampilkan pada kemasan
- Pencarian alternatif gambar atau ilustrator
- Pemilihan jenis font/ tipografi
- Penentuan warna

3. Implementasi Hasil Bantuan

Implementasi ini adalah saat di mana Mitra yaitu Kelurahan Sawunggaling Surabaya yang telah mengikuti pelatihan dapat memanfaatkan sebaik-baiknya pengetahuan dan keterampilan yang didapat melalui pelatihan untuk memperluas wawasan, meningkatkan strategi kewirausahaan dan ketrampilan membuat kemasan produk makanan dan minuman, Selain itu tim juga akan membuat publikasi baik di media massa dan artikel ilmiah, serta membuat video dokumentasi

Pada kegiatan ini Mitra diharapkan dapat menerima dan memanfaatkan pelatihan sebesar-besarnya dalam rangka meningkatkan daya saing kelompok binaan UMKM Mitra khususnya di bidang makanan dan minuman yang dimiliki oleh Mitra. Adapun pelatihan ini dilaksanakan untuk meningkatkan skill yang terkait dengan pembuatan konten kreatif dan penghitungan harga pokok produk. Tim pengusul berharap agar para Mitra dapat ikut aktif berpartisipasi dalam kegiatan ini dengan cara sebagai berikut:

- a. Memiliki komitmen yang tinggi untuk memberikan informasi tentang kondisinya dengan sebenarnya;
- b. Memiliki komitmen yang tinggi untuk memanfaatkan pelatihan dan output pelatihan sebaik-baiknya;
- c. Membantu memudahkan proses administrasi sesuai prosedur dan ketentuan yang berlaku baik di institusi pengusul ataupun Mitra;
- d. Tetap mematuhi protokol kesehatan dalam kegiatan-kegiatan yang diadakan oleh pengusul;
- e. Menyediakan fasilitas sarana prasarana berupa ruang pertemuan dan perlengkapannya berupa meja, kursi, LCD proyektor dan sound system, mengumpulkan peserta pelatihan dan meluangkan waktu selama pelaksanaan program PKM berlangsung.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan PKM ini dilakukan secara bertahap selama 8 (delapan) bulan. Pada laporan kemajuan ini dijelaskan capaian hasil kegiatan yang dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan kegiatan selama periode Juni – Desember 2024. Adapun tahapan-tahapan kegiatan yang dilaksanakan sebagai berikut.

- a. Koordinasi kegiatan. Pada tahap ini melibatkan semua tim pengusul dengan mitra bestari dari kedua belah pihak. Tahap ini juga dilakukan penyampaian rencana kegiatan beserta tujuan yang ingin dicapai, serta penyampaian kerjasama untuk kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya.
- b. Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya dilakukan oleh tim pengusul berdasarkan masukan-masukan mitra yang menjadikan permasalahan mitra khususnya terkait dengan laporan keuangan usaha. Materi pelatihan ini meliputi menumbuhkan jiwa kewirausahaan dan pemahaman pentingnya kemasan produk.
- c. Pelatihan. Kegiatan pelatihan ini dipandu oleh tim pelaksana kegiatan yang dilaksanakan dalam sehari yang terdiri dari 2 sesi kegiatan:
 - Sesi 1: Penyampaian materi tentang kewirausahaan
 - Sesi 2: Penyampaian materi mengenai pengemasan produk

Adapun kegiatan yang telah dilaksanakan mulai periode Mei – Juli 2024 diringkas pada Tabel 2 di bawah ini.

Tabel 2. Ringkasan Pelaksanaan Kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk

No	Hari dan Tanggal	Uraian Kegiatan	Pelaksanaan
1	Mei 2024	Rapat koordinasi dan brainstorming tim pelaksana PKM	Tim PKM
2	Mei 2024	Rapat koordinasi penentuan lokasi pelatihan	Tim PKM
3	Juni 2024	Survey lokasi kegiatan pelatihan sekaligus pendataan peserta	Tim PKM ke Kelurahan Sawunggaling
4	Juni 2024	Persiapan pelaksanaan kegiatan seperti penentuan narasumber dan pengurusan surat izin kegiatan pelatihan	Tim PKM
5	Juni 2024	Persiapan pelaksanaan kegiatan seperti penyusunan kuesioner dan pembelian alat praktik	Tim PKM
6	Juli 2024	Sosialisasi kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya	Tim PKM
7	06 Agustus 2024	Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya	Tim PKM dan Narasumber
8	Agustus 2024	Penyusunan logbook, laporan kemajuan dan anggaran	Tim PKM
9	Oktober 2024	Penyusunan logbook, laporan akhir dan anggaran	Tim PKM

Pada Tabel 2 menunjukkan bahwa kegiatan telah dilaksanakan sesuai dengan tahapan-tahapan yang diusulkan pada proposal sebelumnya. Secara lebih lengkapnya penjelasan dari masing-masing kegiatan pada Tabel 2 sebagai berikut.

- 1) Rapat koordinasi dan brainstorming tim pelaksana PKM dan penentuan lokasi kegiatan sekaligus melakukan penyempurnaan pada proposal yang telah disusun sebelumnya. Kesamaan pendapat dan persepsi sangat diperlukan agar kegiatan yang akan dilaksanakan dapat terkoordinasi dengan baik, mencapai tujuan melalui tahapan-tahapan kegiatan yang telah direncanakan sebelumnya sekaligus menghasilkan luaran sesuai indikator capaian. Pada kegiatan ini dibahas pula beberapa alternatif lokasi kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pengemasan produk. Beberapa alternatif lokasi dimunculkan pada kegiatan ini mulai dari pemanfaatan fasilitas umum atau tempat tinggal salah satu mitra yang memungkinkan untuk dilaksanakan kegiatan pelatihan. Berdasarkan kesepakatan tim pengusul, maka diputuskan untuk pelaksanaan kegiatan pelatihan penyusunan laporan keuangan usaha berada di Balai RW 11 Jl. Indragiri Pojok No. 77 (belakang KPU) Surabaya. Pertimbangan adalah tersedianya sarana prasarana yang cukup memadai. Lokasi tersebut berdekatan dengan kediaman sebagian besar peserta pelatihan. Pelaksanaan kegiatan pelatihan dibagi menjadi 2 (dua) sesi. Sesi pertama melakukan penyampaian materi tentang kewirausahaan yang dilaksanakan pukul 13.30 – 14.30 WIB dan dilanjutkan sesi kedua materi tentang pengemasan produk yang dilaksanakan pukul 14.30 – 15.30 WIB.
- 2) Survey lokasi sekaligus pendataan peserta pelatihan di Kecamatan Sawunggaling. Pada kegiatan ini dilaksanakan kunjungan ke lokasi kegiatan sesuai dengan lokasi yang telah ditetapkan pada rapat koordinasi awal oleh tim pengusul sebelumnya yaitu di Balai RW 11 Jl. Indragiri Pojok No. 77 (belakang KPU) Surabaya. Pada kunjungan di lokasi ini dilakukan diskusi mengenai beberapa hal, diantaranya tujuan kegiatan, waktu pelaksanaan kegiatan, sasaran peserta beserta kriterianya dan jumlah peserta. Pada kesempatan ini, tim pengusul juga meminta saran dan pendapat mengenai ijin/prosedur peminjaman tempat. Kegiatan survey ini dilaksanakan satu hari guna penentuan dan kepastian lokasi pelaksanaan kegiatan sekaligus pendataan peserta pelatihan yang telah memenuhi kriteria dimana dari pendataan tersebut diperoleh 30 peserta yang akan mengikuti kegiatan pelatihan. Setelah tempat dan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan ditentukan, saat itu juga tim PKM membuat undangan dan mendistribusikan ke peserta pelatihan dengan meminta bantuan Lurah Sawunggaling Bu Riska. Persiapan pelaksanaan kegiatan meliputi penentuan narasumber dan pengurusan surat ijin kegiatan pelatihan. Berkaitan dengan tahap-tahap kegiatan yang harus dilaksanakan pada kegiatan PKM dalam laporan keuangan usaha, maka diperlukan beberapa narasumber yang sesuai dengan bidang keahliannya. Kriteria pemilihan narasumber selain berdasarkan kompetensinya juga harus mempunyai pengalaman yang baik sesuai dengan kriteria materi yang akan diberikan. Pemilihan narasumber ini merupakan hasil diskusi antara tim pengusul PKM yang dapat diklasifikasikan dalam dua bidang ilmu yaitu kewirausahaan dan kemasan produk. Oleh karena itu, disepakati dua (2) orang narasumber yaitu Prof Dr Sri Setyo Iriani (Kewirausahaan) dan Dr Ratih Amelia dan Muh. Ariffudin Islam (Desain Pengemasan Produk).
- 3) Persiapan pelaksanaan kegiatan meliputi penyusunan kuesioner dan pembelian alat praktik. Pada kegiatan ini tim pengusul bekerjasama dengan para ahli kewirausahaan dan ahli pengemasan produk untuk mengidentifikasi permasalahan mitra dalam kewirausahaan dan pengemasan produk. Dari permasalahan tersebut akan diketahui bagaimana menumbuhkan mindset wirausaha dan membuat pengemasan produk yang menarik. Hasil pemikiran tersebut dituangkan dalam menumbuhkan mindset wirausaha dan pengemasan produk yang menarik. Pada tahap kegiatan ini para tim pengusul akan menyusun kuesioner kegiatan dengan mendapat masukan dari para ahli. Kuesioner tersebut nantinya akan dibagikan kepada para peserta pelatihan sebagai bentuk penilai respon peserta terhadap kegiatan pelatihan. Materi angket tersebut meliputi:
 - karakteristik peserta dan jenis usaha

- pemahaman tentang mindset wirausaha dan pengemasan produk yang menarik.
- respon peserta mengenai materi, narasumber, dan fasilitas pelatihan

Disamping itu, tim pengusul penelitian akan melakukan inventarisasi peralatan yang dibutuhkan selama pelatihan, pembelian seminar kit dan souvenir bagi peserta.

- 4) Sosialisasi kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya. Sosialisasi kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya dengan mendatangkan beberapa peserta. Pada kegiatan ini dijelaskan tujuan kegiatan dan tahap-tahap kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan selama sehari.
- 5) Pelaksanaan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk untuk meningkatkan daya saing kelompok UMKM Kelurahan Sawunggaling Surabaya. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan dalam bentuk pelatihan berupa penyampaian materi menumbuhkan mindset wirausaha dan pengemasan produk yang menarik. Kegiatan dilaksanakan pada haru Selasa 6 Agustus 2024 bertempat Balai RW 11 Jl. Indragiri Pojok No. 77 (belakang KPU) Surabaya. Berikut Gambar 1 tentang pelaksanaan kegiatan Pelatihan Kewirausahaan dan Pengemasan Produk.



Gambar 1. Kegiatan Pelatihan di Balai RW 11 Jl. Indragiri Pojok No 77 Surabaya

Berdasarkan data yang diperoleh dari 27 responden dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristik responden yaitu jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berikut penjelasan terkait karakteristik responden yang disajikan di Tabel 3 di bawah ini.

Tabel 3. Karakteristik Responden

	Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	2	7%
	Perempuan	25	93%

Usia	32 – 42	8	30%
	43 – 53	14	52%
	54 – 65	5	19%
Pekerjaan	Pegawai/karyawan	1	4%
	Wirausaha	20	74%
	Ibu Rumah Tangga	6	22%

Setelah mengidentifikasi karakteristik peserta pelatihan, tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi karakteristik usaha yang dimiliki oleh peserta pelatihan meliputi jenis usaha, skala produksi, lama usaha, jenis produk/jasa yang dihasilkan, sifat usaha, dan varian usaha yang dihasilkan dimana semuanya telah dirangkum dalam Tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Karakteristik Usaha

			Karakteristik Usaha	Jumlah	Persentase
Jenis usaha minuman/makanan	produk		Snack & Kue	17	63%
			Katering	4	15%
			Minuman (es, kopi, jamu)	4	15%
			Baju	2	7%
Skala makanan/minuman dihasilkan	produksi yang		Industri Rumah Tangga	5	19%
			Rumahan	22	81%
Lama usaha makanan/minuman	produk		<1 tahun	1	3,70%
			1-5 tahun	15	55,56%
			6-10 tahun	7	25,93%
			>10 tahun	4	14,81%
Jenis makanan/minuman dihasilkan	produk yang telah		1 jenis makanan/minuman	6	22%
			>1 jenis makanan/minuman	21	78%
Produk makanan/minuman yang dihasilkan telah memiliki merek			sudah	21	77,78%
			belum	6	22,22%
Hanya menghasilkan produk minuman/makanan saja	menghasilkan usaha		Ya	23	85,19%
			Tidak	4	14,81%
Sifat makanan/minuman dihasilkan	usaha produk yang		Rutin	10	37,04%
			Berdasarkan pesanan	17	62,96%
Rutin memperbanyak produk makanan/minuman	variasi		Ya	23	85,19%
			Tidak	4	14,81%

Berdasarkan karakteristik peserta pada Tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa mayoritas peserta pelatihan berdagang snack dan kue (63%). Mayoritas mereka telah menjalankan usahanya selama 1-5 tahun (55,56%) dengan skala produksi usaha rumahan (81%). Sebagian besar peserta pelatihan juga telah memproduksi lebih dari satu jenis makanan/minuman (78%) yang rata-rata juga sudah memiliki merek produk makanan/minuman sendiri (77,78%). Mayoritas peserta pelatihan sepertinya belum berencana untuk membuka lini usaha lainnya yang berbeda (85,19%). Meskipun kebanyakan peserta dalam memproduksi makanan/minuman hanya didasarkan pesanan saja (62,96%) namun mereka memiliki variasi makanan/minuman yang cukup banyak (85,19%).

Tahap selanjutnya adalah mengidentifikasi jawaban peserta pelatihan berdasarkan pemahaman mereka terkait dengan desain pengemasan produk yang dirangkum dalam Tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Jawaban Responden Berdasarkan Pemahaman Desain Pengemasan Produk

	Uraian	Jumlah	Persentase
Pernah tahu/mendengar tentang desain pengemasan produk	Ya	24	88,89%
	Tidak	3	11,11%
Pernah sebelumnya melakukan desain pengemasan produk	Ya	19	70,37%
	Tidak	8	29,63%
Pernah mengikuti pelatihan desain pengemasan produk	Belum pernah	22	81,48%
	Pernah	5	18,52%
Bentuk pelatihan pengemasan produk seperti apa yang sebaiknya dilaksanakan	Teori	2	7%
	Praktik	0	0%
	Teori & Praktik	25	93%
Setelah pelatihan mampu melakukan desain pengemasan produk	Ya	22	81%
	Tidak	5	19%
Setelah pelatihan ini, ada perubahan dalam kemajuan usaha produk makanan/minuman	Ya	27	100%
	Tidak	0	0%

Pada tabel di atas tentang jawaban responden terkait dengan pemahaman desain pengemasan produk diketahui bahwa mayoritas peserta pelatihan mengetahui desain pengemasan produk (88,89%). Ini dibuktikan dengan sebagian besar mereka sudah membuat desain pengemasan produk (70,37%). Meskipun mayoritas dari mereka belum pernah mengikuti desain pengemasan produk sebelumnya (81,48%). Sehingga pelatihan ini sangat diperlukan oleh pelaku UMKM, dibuktikan dengan perubahan dalam kemajuan usaha mereka (100%). Bentuk pelatihan desain pengemasan produk yang mereka sukai adalah kombinasi antara teori dan praktik (93%) sehingga mereka tidak hanya sekedar mendapatkan wawasan mengenai desain pengemasan produk, namun dapat mengaplikasikan secara langsung bagaimana cara membuat desain pengemasan produk. Diharapkan dengan bentuk pelatihan kombinasi antara teori dan praktik ini, mereka mampu membuat desain pengemasan produk sendiri. Kegiatan pelatihan ini diharapkan dapat membantu peserta untuk mengelola usahanya lebih profesional, sehingga berdampak pada perkembangan usaha lebih baik.

Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan kewirausahaan dan pelatihan desain kemasan produk di Kelurahan Sawunggaling, Surabaya, berlangsung dengan baik dan terstruktur. Acara dimulai dengan sambutan dari ketua pengabdian yang menyampaikan tujuan dan pentingnya pelatihan ini. Lokasi pelatihan diatur sedemikian rupa sehingga peserta merasa nyaman dan dapat fokus pada materi yang diberikan.

Para peserta yang terdiri dari pelaku UMKM di bidang makanan dan minuman menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini terlihat dari kehadiran peserta yang mencapai lebih dari target yang diharapkan. Saat sesi materi berlangsung, peserta aktif bertanya dan berdiskusi mengenai berbagai aspek desain kemasan yang diulas. Terlebih lagi, pada sesi praktik, peserta tampak sangat bersemangat mencoba desain-desain baru untuk produk mereka masing-masing.

Pengabdian memberikan arahan yang sangat jelas dan sistematis kepada peserta. Berikut adalah beberapa metode yang digunakan pengabdian untuk memberikan pelatihan:

1. **Presentasi Materi**
Pengabdian dimulai dengan presentasi mengenai kewirausahaan dan konsep dasar desain kemasan, diikuti dengan contoh-contoh kemasan yang berhasil di pasar. Materi disampaikan dengan bantuan visual aids yang menarik.
2. **Sesi Tanya Jawab**
Setelah presentasi, pengabdian membuka sesi tanya jawab untuk menjawab semua pertanyaan dan keraguan peserta. Ini memastikan bahwa setiap peserta memahami materi yang telah disampaikan.
3. **Workshop Praktis**
Sesi praktik merupakan bagian yang sangat dinanti oleh peserta. Pengabdian memberikan arahan langkah demi langkah untuk membuat desain kemasan. Setiap peserta diberikan kesempatan untuk mencoba sendiri di bawah bimbingan langsung dari pengabdian.
4. **Feedback dan Diskusi**
Setelah sesi praktik, pengabdian mengajak peserta untuk menunjukkan hasil karya mereka dan memberikan feedback konstruktif. Diskusi kelompok dilakukan untuk saling bertukar ide dan pengalaman.
5. **Motivasi dan Inspirasi**
Pengabdian juga tidak lupa memberikan motivasi dan inspirasi dengan membagikan kisah sukses dari pelaku UMKM yang berhasil meningkatkan daya saing melalui inovasi desain kemasan. Hal ini bertujuan untuk membangkitkan semangat dan percaya diri peserta.

Secara keseluruhan, kegiatan pelatihan ini berlangsung dengan penuh semangat dan interaksi yang dinamis, menciptakan suasana belajar yang produktif dan menyenangkan bagi semua peserta.

Target kegiatan PKM ini adalah meningkatnya kesadaran dan pengetahuan para pelaku UMKM bidang makanan dan minuman Kelurahan Sawunggaling Surabaya adalah sebagai berikut.

1) **Memahami pentingnya mindset berwirausahaan**

Setiap orang mempunyai harapan dan cita-cita untuk sukses di bidangnya masing-masing, termasuk harapan dan impian untuk menjadi seorang wirausaha sukses. Untuk menjadi pengusaha sukses, maka diperlukan jiwa wirausaha yang kuat. Mindset atau pola pikir dapat diartikan sebagai sumber pemikiran dan ingatan yang menghasilkan pikiran, gagasan, emosi, dan gagasan yang menyimpan pengetahuan. Pola pikir juga dapat diartikan sebagai seperangkat cara berpikir seseorang yang menentukan tindakan, sikap, dan pandangannya terhadap masa depan.

Kewirausahaan merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh seseorang yang dengan tekun menekuni usahanya guna mencapai tujuan yang direncanakan dan mencapai hasil yang memuaskan. Wirausahawan adalah orang-orang yang berupaya menciptakan kombinasi sukses antara proses, produk, pasar, dan struktur organisasi. Sangat penting untuk menanamkan pada pengusaha jiwa dan pola pikir kewirausahaan yang akan mempengaruhi perilaku bisnis khususnya manajemen perusahaan untuk mencapai tujuan hidup.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diharapkan dapat membawa perubahan sikap dan perilaku masyarakat terhadap usaha yang dijalankannya (Hidayat & Triharyanto, 2016). Melalui kegiatan ini, kami diharapkan dapat memberikan semangat dan dorongan bagi UMKM Kelurahan Sawunggaling untuk percaya pada kemampuannya untuk belajar, tumbuh, dan beradaptasi, serta percaya pada kesuksesan yang akan diraih.

2) **Memahami kemasan produk dan ide-ide kemasan produk yang dapat meningkatkan daya saing,**

Menurut Kotler & Keller (2016), "Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam persaingan pasar produk makanan dan minuman, kemasan memegang peranan penting dalam menjamin penerimaan pasar terhadap suatu produk. Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk merancang kemasan makanan dan minuman yang menarik bagi

konsumen. Upaya peningkatan daya tarik produk kemasan dapat dilakukan dengan memanfaatkan ciri-ciri visual budaya lokal atau hal lain sebagai penciri untuk meningkatkan daya tarik visual kemasan.

Pengemasan merupakan bagian dari kegiatan promosi yang bertujuan untuk menunjang program pemasaran, proses penjualan dan pengiriman. Kemasan adalah alat komunikasi pemasaran, dan adalah "alat peningkatan" bernilai tambah, memberikan keunggulan kompetitif.

Desain kemasan bertujuan untuk :

- 1) Memberikan kemudahan dan kepuasan konsumen,
- 2) Melindungi kualitas produk agar tetap dalam kondisi prima,
- 3) Menampilkan identitas merek dan produk,
- 4) Membangun citra merek dan produk,
- 5) Alat komunikasi dan kompetisi pasar secara visual.

Adapun fungsi utama kemasan adalah:

- 1) Mempengaruhi dan membujuk konsumen,
- 2) Mempengaruhi tingkah-laku konsumen, menawarkan kepercayaan kepada konsumen,
- 3) 'Memaksa' konsumen untuk melihat kemasan,
- 4) Mendorong konsumen untuk segera membeli,
- 5) Meningkatkan nilai tambah

Desain kemasan dapat dilihat dari dua sudut pandang: desain struktur kemasan dan grafis terkait yang mendukung informasi yang disampaikan oleh kemasan (Klimchuk & Krasovec, 2013). (Sorenson (2013)) menyatakan bahwa kemasan merupakan alat pemasaran yang penting karena kemasan merupakan silent seller. Kemasan merupakan faktor terakhir yang dapat mempengaruhi seorang konsumen sebelum mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, kemasan harus mampu menyampaikan informasi baik secara verbal maupun visual. Informasi verbal mencakup, namun tidak terbatas pada, komposisi produk (makanan atau minuman), informasi halal, tanggal kedaluwarsa, dll. Informasi ini dapat disajikan dalam bentuk visual melalui tipografi, warna, dan gambar. Representasi grafis yang mempunyai nilai estetika dan mengandung informasi yang cukup merupakan representasi dari produk yang ditawarkan.

Proses pelatihan desain kemasan produk yang komprehensif melibatkan beberapa tahapan kunci untuk memastikan peserta memperoleh pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan. Berikut adalah tahapan-tahapan dalam proses pelatihan tersebut:

1. Pengantar dan Orientasi
 - Memperkenalkan peserta pada tujuan dan manfaat pelatihan.
 - Memberikan gambaran umum tentang pentingnya kemasan produk dalam meningkatkan daya saing.
2. Analisis Pasar dan Tren Desain
 - Mengidentifikasi tren terbaru dalam desain kemasan.
 - Menganalisis kebutuhan dan preferensi konsumen terkait kemasan.
3. Pemahaman Dasar-dasar Desain Kemasan
 - Mengajarkan prinsip-prinsip dasar desain grafis.
 - Memberikan pengetahuan tentang elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak.
4. Pemilihan Bahan Kemasan
 - Menjelaskan berbagai jenis bahan kemasan dan karakteristiknya.
 - Memberikan informasi tentang bahan yang ramah lingkungan dan keberlanjutan.
5. Workshop Praktis
 - Mengadakan sesi praktis di mana peserta dapat merancang kemasan produk mereka sendiri.
 - Memberikan bimbingan dan umpan balik secara langsung.
6. *Incorporating Branding Elements*

- Mengajarkan cara menyisipkan elemen branding seperti logo, nama merek, dan slogan pada kemasan.
 - Membahas pentingnya identitas visual dalam menarik konsumen.
7. Studi Kasus dan *Best Practices*
- Mempelajari contoh-contoh sukses dari kemasan produk yang inovatif.
 - Mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan dalam proyek peserta.
8. Penutup
- Menyimpulkan materi yang telah dipelajari dan memberikan kesempatan bagi peserta untuk bertanya.

Dengan mengikuti tahapan-tahapan ini, peserta pelatihan akan dapat mengembangkan kemampuan mereka dalam desain kemasan produk yang efektif dan menarik, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk mereka di pasar.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan kewirausahaan dan pengemasan produk dapat disimpulkan dan direkomendasikan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan uraian ringkas pada hasil kegiatan PKM diketahui bahwa pelaksanaan kegiatan PKM telah merealisasikan secara keseluruhan target kegiatan PKM ini adalah meningkatnya kesadaran dan pengetahuan para pelaku UMKM bidang makanan dan minuman Kelurahan Sawunggaling Surabaya dalam memahami pentingnya mindset berwirausaha. Indikator meningkatnya kesadaran dan pengetahuan para pelaku UMKM bidang makanan dan minuman di Kelurahan Sawunggaling Surabaya dapat diukur melalui beberapa aspek. Pertama, peningkatan partisipasi dalam pelatihan dan workshop yang berfokus pada mindset berwirausaha. Kedua, adanya peningkatan jumlah produk yang menggunakan kemasan yang lebih baik dan informatif. Ketiga, adanya peningkatan kepatuhan terhadap standar keamanan pangan dan mutu produk. Keempat, adanya peningkatan keterlibatan dalam kegiatan komunitas dan asosiasi UMKM.
- 2) Memahami pentingnya kemasan produk dan ide-ide desain kemasan yang dapat meningkatkan daya saing adalah langkah awal yang krusial. Untuk menciptakan kemasan yang menarik dan ramah konsumen, beberapa elemen penting harus diperhatikan. Desain kemasan harus menarik secara visual, memberikan perlindungan yang kuat terhadap produk, serta mudah dibuka oleh pengguna. Selain itu, informasi produk harus dicantumkan dengan jelas, termasuk logo, nama merek, dan detail kontak. Bahan kemasan harus tahan lama dan ramah lingkungan, serta memiliki kualitas khas yang membedakan produk dari pesaingnya. Dengan menggabungkan elemen-elemen ini secara harmonis, produk akan menonjol dan menarik minat konsumen.

Kegiatan PKM ini tentunya masih memiliki keterbatasan, karena itu bagi pelaksanaan kegiatan PKM sejenis untuk selanjutnya diharapkan:

- 1) Dapat dilakukan pendampingan secara berkala terhadap pelaksanaan bisnis para mitra agar tim PKM dapat memantau langsung keberhasilan dalam menjalankan bisnisnya.
- 2) Berkaitan dengan pengemasan produknya, maka perlu ditidak lanjuti dengan memberikan pendampingan dalam desain kemasan produk sehingga dapat meningkatkan daya saing.
- 3) Berkaitan dengan UMKM makanan minuman perlu dilakukan pendampingan sertifikasi halal mengingat semua produk makanan dan minuman wajib memiliki sertifikat halal pada tahun 2026.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kepada Universitas Negeri Surabaya melalui Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang telah membiayai kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Kebijakan Fakultas Tahun Anggaran 2024.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, M. E. (2018). Pentingnya Kemasan Terhadap Penjualan Produk Perusahaan. *Sosio E-Kons*, 10(1), 20-27.
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide For Building A Great Company*. New York: K&S Ranch.
- Chunawalla, S. A. (2009). *Design and Layout of Foodservice Facilities* (3rd ed.). Pakistan Paramount Publishing Enterprise.
- Harminingtyas, R. (2013). Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, 5(2).
- Hidayat, Y., & Triharyanto, E. (2016). Peningkatan Daya Jual Aneka Produk Olahan Makanan Melalui Teknik Pengemasan Produk. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 19(X).
- Hisrich, R. D., Peters, M. P., & Shepherd, D. A. (2017). *Entrepreneurship* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen pengemasan*. CV Andi Offset.
- Katadata.co.id. (2022, April 13). 10 negara dengan jumlah startup terbanyak di dunia (2022). Diakses pada April 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/13/hebat-jumlah-startup-indonesia-terbanyak-ke-5-di-dunia>.
- Kementrian Koperasi dan UKM. (2020). Kemenkop UKM siapkan 5 langkah kebijakan atasi masalah UMKM di masa pandemi. Retrieved from <https://kemenkopukm.go.id/read/kemenkop-ukm-siapkan-5-langkah-kebijakanatasi-masalah-umkm-di-masa-pandemi>.
- Klimchuk, M. R., & Krasovec, S. A. (2013). *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf* (2nd ed.). John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). New York: Pearson Education.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital Entrepreneurship: A Research Agenda On New Business Models For The Twenty-First Century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375. <https://doi.org/10.1108/IJEER-06-2018-0425>
- Neumeier, M. (2006). *The brand gap: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design*. New Riders.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Rembiasz, M. (2017). Student Entrepreneurship – Research on Development. MATEC Web of Conferences, 121, 12015. <https://doi.org/10.1051/MATECCONF/201712112015>
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation To Create Radically Successful Businesses*. Crown Business.
- Sorenson, S. (2013). *Packaging Design: Successful Product Branding From Concept to Shelf*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Trott, P. (2017). *Innovation management and new product development* (6th ed.). New York: Pearson Education.
- Umami, N., Sri W.H, M. A., & Hayuhantika, D. (2022). Pelatihan Teknik Pengemasan dan Pelabelan Untuk Meningkatkan Kemampuan Manajemen Pemasaran UMKM Desa Belimbing. *Jurnal JPM*, 1(2), 85-92.
- Utami, K. S., Prasetya, B. P., & Rifa'i, A. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Melalui Pelatihan Pengemasan Produk Sebagai Upaya Meningkatkan Penjualan. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1).