

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PEMBUATAN BUNGKUS KREATIF DAN PEMASARAN KERIPIK SAMILIR DI ERA DIGITAL

Khoirun nisa¹, Desy liana putri¹, Lailiyatus zulfa¹, Ira Yudistira¹, Jasilah¹

¹Universitas islam madura
irayudistira91@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan upaya pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan nilai tambah produk lokal, khususnya keripik Samilir, melalui pembuatan bungkus kreatif dan pemanfaatan media digital untuk pemasaran. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan bungkus kemasan kreatif mampu meningkatkan daya tarik produk serta citra merek keripik Samilir, sehingga lebih kompetitif di pasaran. Selain itu, penggunaan platform digital seperti media sosial dan marketplace terbukti efektif memperluas jangkauan pemasaran hingga ke luar daerah. Pemberdayaan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga mendorong terciptanya inovasi dan kemandirian usaha lokal di tengah perkembangan teknologi digital. Dengan demikian, pemberdayaan masyarakat melalui pengemasan kreatif dan pemasaran digital menjadi strategi yang relevan dan berkelanjutan dalam memperkuat ekonomi kerakyatan.

Kata kunci: Bungkus Kreatif, Pemasaran Digital, Keripik Samilir

1. PENDAHULUAN

Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah usaha perorangan atau organisasi usaha yang memenuhi kriteria usaha kecil. UMKM di sebut sebagai roda penggerak pembangunan ekonomi nasional. Hal ini disebabkan UMKM dapat mengatasi masalah kemiskinan melalui penyerapan tenaga kerja dan pendistribusian hasil pembangunan. Permasalahan yang sering dialami oleh pelaku UMKM adalah pemanfaatan media pemasaran yang kurang maksimal dan kurang memberikan keuntungan. Pemasaran yang tergolong konvensional membuat pelaku UMKM kalah saing dengan pelaku usaha besar yang memiliki jaringan pemasaran yang kuat. (Sufaidah et al. 2022)

UMKM keripik samilir merupakan usaha manufaktur yang dibuat oleh ibu sumiyati yang sudah dikelola selama puluhan tahun. Lokasi pembuatan keripik samilir di desa larangan luar dusun buddagan 1. Adapun rasa dari keripik samilir juga berbeda-beda antara lain rasa original, balado, daun jeruk.

Pengemasan adalah bagian dari proses yang melibatkan desain dan pembuatan wadah. Kemasan produk yang baik merupakan faktor penting guna menarik konsumen untuk membeli. Adapun pentingnya sebuah kemasan dari suatu produk adalah tetap menjaga keripik tidak remuk sampai ke tangan pembeli selain

itu juga melindungi produk dari kelembapan. (Wardhani et al. 2021)

Salah satu kemasan produk UMKM keripik samilir masih perlu mendapatkan perhatian dalam hal pengemasan. Kondisi awal pengemasan produk keripik samilir sangat sederhana dan kurang menarik yakni hanya dikemas dengan menggunakan plastik tanpa stiker yang ditempelkan. Selain itu jika terdapat pemesanan dari konsumen dengan jarak jauh akan sangat mudah beresiko mengalami kerusakan karena plastik tidak mampu melindungi produk dari tekanan. Oleh karena itu dibutuhkan inovasi pembaharuan pengemasan produk yang baru agar tampilan menjadi lebih menarik, aman, higienis, dan tahan lama sehingga mampu menambah daya Tarik pembeli. (Husni, try yanda, A.Muh alief anugrah 2023)

Pemasaran digital telah menjadi elemen krusial dalam mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di era digital saat ini. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, akses terhadap pasar yang lebih luas melalui platform e-commerce seperti shopee menjadi semakin mudah bagi para pelaku UMKM. Hal ini tidak hanya meningkatkan penjualan tetapi juga memperluas jangkauan konsumen yang

sebelumnya sulit dijangkau melalui metode pemasaran konvensional. (Aini et al. 2025)

Dengan adanya tantangan dan peluang tersebut, pemberdayaan masyarakat dalam bentuk pelatihan pembuatan bungkus kreatif serta pemanfaatan media digital menjadi langkah yang sangat penting. Pembuatan kemasan yang lebih menarik dan aman akan membantu meningkatkan citra produk keripik Samilir di mata konsumen. Desain kemasan yang kreatif juga dapat memperkuat identitas produk lokal, sehingga mampu bersaing dengan produk sejenis di pasaran. (Muhammad and Utami 2023)

Selain pengemasan, pemasaran digital membuka jalan yang luas bagi pelaku UMKM keripik Samilir untuk menjangkau konsumen di luar wilayah sekitar. Penggunaan platform e-commerce seperti Shopee, Tokopedia, atau media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memungkinkan penjual untuk mempromosikan produknya dengan biaya yang relatif terjangkau. Tidak hanya itu, promosi secara digital juga memungkinkan UMKM membangun interaksi langsung dengan konsumen, sehingga bisa lebih cepat menanggapi kebutuhan dan mendapatkan masukan untuk perbaikan produk. (Intan, Revia, and Erwita 2019)

Langkah pemberdayaan masyarakat dalam hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman serta keterampilan baru kepada pelaku UMKM agar mereka dapat lebih mandiri dan inovatif. Melalui pendampingan, pelatihan desain kemasan, dan edukasi pemasaran digital, diharapkan produk keripik Samilir dapat memiliki nilai tambah yang lebih besar. Dengan kemasan yang menarik dan strategi promosi yang tepat, keripik Samilir tidak hanya bisa dikenal sebagai camilan tradisional, tetapi juga sebagai produk yang memiliki nilai jual lebih tinggi. (Ramadhanti, Khatimah, and Supratno 2023)

Selain meningkatkan pendapatan bagi pemilik usaha, inovasi dalam pengemasan dan pemasaran digital juga berpotensi membuka peluang kerja baru bagi masyarakat sekitar, misalnya dalam pembuatan desain kemasan, percetakan, hingga distribusi. Dengan demikian, program pemberdayaan ini tidak hanya berdampak pada satu pelaku usaha saja, tetapi juga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa Larangan Luar secara umum.

Secara keseluruhan, pemberdayaan masyarakat dalam pembuatan bungkus kreatif

dan pemasaran digital bagi UMKM keripik Samilir menjadi upaya konkret untuk menjaga keberlangsungan usaha tradisional di tengah era digital. Pendekatan ini menjadi salah satu langkah strategis untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang lebih luas bagi masyarakat sekitar. (Wiralestari et al. 2024)

2. METODE PENGABDIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif dan pemberdayaan masyarakat secara langsung. Tahapan pertama adalah observasi langsung ke lokasi produksi keripik Samilir, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi awal pengemasan, memahami proses produksi, serta menggali permasalahan dan kebutuhan pelaku UMKM. Melalui observasi ini, tim pelaksana dapat menyusun program pelatihan yang sesuai dengan kondisi lapangan.

Tahapan kedua adalah pelatihan pembuatan kemasan produk, khususnya bagaimana cara membungkus keripik Samilir dengan baik, menarik, dan higienis. Pada tahap ini, peserta dilatih menggunakan plastik kemasan yang lebih kuat serta diajarkan cara menempelkan stiker label yang berisi informasi penting seperti nama produk, rasa, alamat produksi, dan nomor kontak. Penambahan stiker ini dimaksudkan untuk meningkatkan daya tarik visual produk serta memperkuat identitas merek lokal.

Tahapan terakhir adalah pelatihan pemasaran digital, dimana peserta diperkenalkan dengan strategi memasarkan produk melalui platform e-commerce seperti Shopee. Peserta diajak membuat akun toko online, mengunggah foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk yang informatif, serta memahami cara mempromosikan produk melalui media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Pelatihan ini dilakukan secara praktik langsung agar peserta mampu menerapkan keterampilan yang diperoleh dalam menjalankan usahanya secara mandiri.

penting agar hasil yang dicapai benar-benar sesuai kebutuhan masyarakat dan memberikan dampak nyata terhadap usaha UMKM keripik Samilir.

2.1. Waktu dan Tempat Pengabdian

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di lokasi UMKM keripik Samilir milik Ibu pamong, yang berlokasi di Desa Larangan Luar, Dusun Buddagan 1. Lokasi ini dipilih karena telah menjadi pusat produksi utama keripik Samilir selama puluhan tahun dan menjadi tempat aktivitas ekonomi masyarakat sekitar. Pemilihan tempat ini didasarkan pada hasil observasi awal yang menunjukkan bahwa UMKM ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan, namun masih menghadapi beberapa kendala, terutama dalam hal pengemasan produk dan pemasaran digital. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian difokuskan pada pelatihan pembuatan kemasan kreatif dan menarik, serta pendampingan dalam memasarkan produk secara daring melalui platform digital seperti Shopee dan media sosial.

Selama kegiatan berlangsung, peserta yang terdiri dari pemilik UMKM dan beberapa warga sekitar dilibatkan secara aktif dalam setiap sesi pelatihan. Kegiatan dilakukan secara langsung di lokasi produksi untuk memastikan pelatihan bersifat praktis dan dapat diterapkan secara langsung dalam aktivitas usaha sehari-hari. Tim pelaksana juga menyesuaikan waktu pelatihan dengan aktivitas produksi agar tidak mengganggu kegiatan rutin UMKM.

Dengan memilih lokasi dan waktu yang strategis serta metode pelatihan partisipatif, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan dampak langsung dan berkelanjutan terhadap peningkatan kualitas produk dan pemasaran UMKM keripik Samilir.

2.2. Metode dan Rancangan Pengabdian

Pelatihan pembuatan packaging keripik samilir dan pemasaran UMKM melalui media social yaitu melibatkan langsung pelaku UMKM keripik Samilir dan masyarakat sekitar dalam setiap tahapan kegiatan. Rancangan pengabdian ini dibagi menjadi tiga tahap utama agar hasilnya lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan peserta, yaitu:

❖ Tahapan Awal

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan observasi langsung ke lokasi UMKM keripik Samilir di Desa Larangan Luar, Dusun Buddagan 1. Observasi ini bertujuan untuk: Mengidentifikasi kondisi pengemasan produk yang ada, termasuk bahan kemasan yang digunakan, desain stiker dan kendala yang

dihadapi. Mengetahui metode pemasaran yang sudah dilakukan, baik secara offline maupun online. Mendapatkan gambaran langsung mengenai kebutuhan dan harapan pemilik usaha serta masyarakat sekitar. Selain itu, tim juga melakukan koordinasi dengan pemilik UMKM, yaitu Ibu Sumiyati, untuk menentukan waktu, tempat, dan teknis pelaksanaan pelatihan agar tidak mengganggu aktivitas produksi sehari-hari.

❖ Tahapan Pelaksanaan

Tahap ini merupakan inti dari kegiatan pengabdian, Kegiatan pelatihan meliputi dua materi utama: Pelatihan tentang pentingnya bungkus kreatif dan menarik, dengan menambahkan stiker yang sudah cukup detail mulai dari meletakkan nomor dan alamat serta desain stiker yang sudah cukup menarik untuk dipadukan pada kemasan keripik samilir, memilih jenis plastik atau bahan kemasan yang lebih kuat dan menarik, serta cara pengemasan yang higienis agar produk tetap aman sampai ke konsumen. Pelatihan pemasaran digital: peserta diajak membuat akun toko online (contohnya di Shopee), mengunggah foto produk yang menarik, menulis deskripsi produk, dan memahami cara mempromosikan produk melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Pelatihan dilakukan secara langsung dan praktik di tempat agar peserta dapat langsung mempraktikkan ilmu yang didapat, sehingga lebih mudah dipahami. Untuk diawal pelatihan diberikan pemahaman tentang materi yang akan diajarkan atau membantu mengukur sejauh mana pengetahuan dan keterampilan peserta sebelum mereka mengikuti pelatihan secara formal. Dan ada sesi pembagian lembar post test guna untuk mengukur seberapa baik peserta telah memahami materi yang diajarkan selama sesi pelatihan (Irmawatie 2023).

❖ Tahapan Monitoring dan Evaluasi

Setelah pelatihan selesai, tim pengabdian melakukan monitoring dan evaluasi untuk melihat sejauh mana peserta sudah memahami materi dan dapat mempraktikkannya. Kegiatan ini dilakukan dengan cara:

- Tanya jawab dan diskusi bersama peserta mengenai kesulitan atau kendala yang dihadapi setelah pelatihan.
- Memberikan saran perbaikan terhadap desain kemasan yang sudah dibuat peserta.

c. Monitoring ini bertujuan agar hasil pengabdian tidak hanya berhenti di pelatihan saja, tetapi juga dapat terus bermanfaat bagi pelaku UMKM dalam jangka panjang.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan pelatihan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman masyarakat mengenai pentingnya kemasan yang menarik dan pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing produk. Sebelum pelatihan, keripik Samilir hanya dikemas menggunakan plastik polos tanpa label atau stiker, sehingga produk tampak kurang profesional dan sulit dikenali konsumen. Gambar keripik Samilir sebelum pelatihan dapat dilihat pada Gambar 1.

*Gambar 1. Keripik Samilir Sebelum Pelatihan
Setelah dilaksanakan pelatihan perombakan*



packaging keripik samilir, terjadi perubahan signifikan dalam proses pengemasan. Kini, keripik Samilir dikemas menggunakan plastik yang lebih tebal dan memiliki segel yang lebih kuat. Yang paling mencolok adalah penambahan stiker pada kemasan, yang berisi nama produk, nama pemilik UMKM, rasa keripik, nomor kontak, dan alamat produksi. Desain stiker dibuat menarik dengan perpaduan warna yang cerah dan font yang mudah dibaca, sehingga memberikan kesan profesional dan lebih terpercaya. Gambar Keripik Samilir setelah pelatihan dapat dilihat pada Gambar 2.

Gambar 2. Keripik Samilir Setelah Pelatihan

Perubahan ini berdampak positif terhadap citra produk. Produk menjadi lebih menarik untuk dipajang di toko maupun dipasarkan secara daring melalui Shopee dan media sosial. Selain itu, dengan adanya identitas pada

kemasan, konsumen lebih mudah mengingat dan mengenali produk, serta dapat melakukan pemesanan ulang dengan mudah. Masyarakat



sekitar, terutama para ibu rumah tangga, juga mulai termotivasi untuk berkontribusi dalam proses pengemasan, baik dalam menempelkan stiker maupun menyusun produk untuk distribusi.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian masyarakat berupa pelatihan pembuatan bungkus kreatif dan pemasaran digital melalui platform Shopee bagi UMKM keripik Samilir memberikan dampak yang positif. Pelatihan ini membantu peserta memahami pentingnya desain kemasan yang menarik, higienis, dan lebih kuat agar produk tetap utuh sampai ke tangan konsumen. Selain itu, peserta juga diajarkan cara memasarkan produk secara digital, sehingga dapat menjangkau konsumen lebih luas dan meningkatkan penjualan.

Dengan kegiatan ini mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM serta masyarakat sekitar, sehingga diharapkan usaha keripik Samilir dapat semakin berkembang dan bersaing di era digital.

Agar hasil pelatihan ini terus bermanfaat, disarankan kepada pemilik UMKM dan peserta pelatihan untuk terus mengembangkan desain kemasan agar selalu menarik dan sesuai tren pasar. Peserta juga diharapkan aktif mengelola dan memperbarui toko online di Shopee serta media sosial sebagai sarana promosi utama. Selain itu, akan lebih baik jika dilakukan pendampingan lanjutan, seperti pelatihan fotografi produk, pembuatan konten digital, atau strategi pemasaran online, agar

pengetahuan dan keterampilan peserta semakin berkembang.

Diharapkan juga adanya dukungan dari berbagai pihak, seperti instansi pemerintah atau lembaga terkait, untuk membantu memperluas jaringan pemasaran produk agar UMKM keripik Samilir semakin dikenal luas dan memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar bagi masyarakat sekitar

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada bapak Ach. Farisi, kepala Desa Larangan Luar dan Bapak Adi Bahri, S.Pd, Pamong Dusun Buddagan 1 Desa yang sudah memberikan izin untuk mengadakan pengabdian kepada msyarakat. Terimakasih kepada Ibu Suridah, Owner dari UMKM Keripik Samilir sebagai mitra dalam pengabdian kepada msyarakat ini. Terimakasih juga kepada masyarakat sekitar yang sudah menyempatkan hadir juga mendukung pelatihan ini sehingga berjalan dengan baik.

6. DAFTAR PUSTAKA

Aini, Noer et al. 2025. "Pemanfaatan Strategi Digital Marketing Dalam Upaya Pengembangan Bisnis UMKM Pada E-Commerce Shopee." 3(1): 287–94.

Husni, try yanda, A.Muh alief anugrah, Nur AZIZAH. 2023. "PENDAMPINGAN INOVASI PACKING UNTUK MENINGKATKAN PERTUMBUHAN." 01(01): 245–50.

Intan, Theresia, Brigitta Revia, and Adjeng Erwita. 2019. "Peningkatan Daya Saing Produsen Minuman Herbal Melalui Pembuatan Konten Kreatif Media Sosial Berbasis Pemasaran E-Marketing." *Jurnal Komunikasi Profesional* 3(2).

Irmawatie, Lilis. 2023. "DAN PENDAMPINGAN DIGITAL MARKETING DENGAN MEDIA SOSIAL."

Muhammad, Bilal Lanna Surya, and Tri Lestari Wahyuning Utami. 2023. "Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi." *penerapan pemasaran digital sebagai mediapromosi*: 501–8. <https://journal.unimma.ac.id>.

Ramadhanti, Adillah Ardella, Husnul Khatimah, and Setyo Supratno. 2023. "Sosialisasi Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Para Pelaku UMKM Di Desa Karangpatri." 2(4): 449–54.

Sufaidah, Siti, Nurul Aminah, Memey Ayu

Prasasti, and Devi Oktavianti. 2022. "Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan Dan Digital Marketing." 3(3).

Wardhani, Kusuma et al. 2021. "Pelatihan Desain Pengemasan Dan Pemasaran Kelompok Umkm Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Kelurahan Dupak Kecamatan Krembangan Kota Surabaya Jawa Timur." 7(2): 129–35.

Wiralestari, Enggar Diah Puspa Arum, Rico Wijaya, and Rita Friyani. 2024. "Abdimas Galuh." *Abdimas Galuh* 6(1): 1–8.