



Inovasi Kemasan Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Peyek Pada UMKM Dikelurahan Marga Mulya Kota Bekasi

Heni Rohaeni,^{1*} Novia Wahyu Setyawati,² Murti Wijayanti,³ Dewi Sri Woelandari P.G,⁴ Muhammad Syadied Rusdy Azzam⁵

¹⁻⁵ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia
Email: heni.rohaeni@dsn.ubharajaya.ac.id,¹

*Penulis korespondensi

Info Artikel:

Diterima 28 Oktober 2025
Direvisi 10 Desember 2025
Disetujui 30 Desember 2025
Dipublikasi 30 Desember 2025

Abstract: Era digital saat ini dipenuhi dengan persaingan, kemasan produk tidak lagi sekadar pembungkus namun merupakan Refresentatif dari Kwalitas produk. Kemasan telah berevolusi menjadi elemen penting yang dapat menentukan serta mempengaruhi keputusan pembelian dari konsumen. Oleh karena itu Inovasi dalam kemasan dapat memberikan nilai tambah yang sangat signifikan yang dapat mempengaruhi produk makanan diminati oleh kunsumen, selain meningkatkan daya Tarik inovasi kemasan pada akhirnya dapat mendorong angka penjualan. Penelitian ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM khususnya kelompok UMKM yang menjual Produk Peyek dikelurahan Marga Mulya Kota Bekasi agar mampu menciptakan Kemasan yang inovatif sehingga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Selain itu UMKM dapat mendesain kemasan yang menarik serta dapat menonjolkan kelebihan produk yang dihasilkan sehingga dapat mengembangkan dan memperlusan pasar penjualan produk Peyek yang dihasilkan melalui inovasi kemasan yang dihasilkan.

Kata kunci:

Inovasi Kemasan;
Perluasan Pasar;
Pember Dayaan UMKM.

Abstrak: The current digital era is filled with competition, product packaging is no longer just a wrapper but a representative of product quality. Packaging has evolved into an important element that can determine and influence consumer purchasing decisions. Therefore, innovation in packaging can provide very significant added value that can influence food products to be in demand by consumers, in addition to increasing

the attractiveness of packaging innovation, it can ultimately drive sales figures. This study aims to empower MSMEs, especially MSME groups that sell Peyek Products in the Marga Mulya sub-district of Bekasi City to be able to create innovative packaging so that it functions as an effective marketing tool. In addition, MSMEs can design attractive packaging and can highlight the advantages of the products produced so that they can develop and expand the sales market for Peyek products produced through the resulting packaging innovation..



© 2020 The Autor. Published by Faculty of Law, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](#).

PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah penggerak perekonomian terbesar di Indonesia. Namun banyak pelaku UMKM dalam melakukan pemasaran masih secara konvensional sehingga omset dan keuntungan tidak maksimal. Dengan demikian, perlu dilakukan pendampingan dan pelatihan mengenai pentingnya penggunaan dan pemanfaatan media digital dan kemasan / packaging menarik sebagai upaya peningkatan penjualan mereka. (Sukartaatmadja, 2023) Setiap tahun selalu saja muncul inovasi dan tren baru terutama dalam industri *packaging*. Peran *packaging* dalam sebuah produk yaitu salah satunya menjaga keamanan dan kualitas produk sampai dengan ketangan konsumen aman merupakan fungsi utama kemasan yang sampai saat ini memang tidak tergantikan. Pengemasan tepat bisa menjaga kesegaran produk, memperpanjang masa penyimpanan produk, serta melindungi produk dari kerusakan saat pengiriman. Inovasi dan tren dalam industri *packaging* telah membawa perubahan signifikan pada bisnis masa kini. Kemasan produk tak lagi dianggap sebagai sekadar pembungkus, tetapi menjadi elemen penting dalam pemasaran dan penjualan produk. Peran *packaging* dalam menjaga keamanan dan kualitas produk turut mendorong perkembangan inovasi kemasan lewat pemanfaatan teknologi. Sekarang, tinggal bagaimana UMKM berupaya mencari tahu mana jenis kemasan yang tepat untuk memberi nilai tambah pada produknya.

Desain kemasan merupakan bidang yang sangat teknis dan menggabungkan antara unsur sains, teknik, dan seni. Kemasan yang kreatif merupakan desain kemasan yang membuat produk menjadi lebih unik, lebih berkesan dari kemasan produk yang sudah ada sebelumnya sehingga memiliki daya tarik lebih untuk dibeli oleh konsumen. Semakin kreatif desain kemasan, maka konsumen akan semakin tertarik untuk

membeli. (Nurendah, 2020) 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 dantampilan isi produk sehingga pesan yang disampaikan tepat bagi pengguna produk tersebut.

Mengingat modernisasi yang semakin terdepan, kemasan memegang peranan yang sangat penting, karena selalu dikaitkan dengan barang yang dikemas sekaligus menjadi argumen penjualan dan citra merek. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambah melalui kemasan yang menarik. Sementara itu, citra produk berkaitan di benak konsumen, sebaiknya produk dikemas dengan baik supaya produk yang dihasilkan dapat memberikan kesan yang baik bagi konsumen. (Rizka, 2023)

Salah satu elemen terpenting dari sebuah produk adalah kemasannya. Kemasannya sering disebut sebagai "*the silent sales-man/girl*" karena menggambarkan tidak adanya pelayanan untuk menunjukkan kualitas produk. Untuk itu, kemasan harus mampu menyampaikan pesannya melalui komunikasi yang informatif seperti: Komunikasi Antara Penjual dan Pembeli. Pakar pemasaran menyebut desain kemasan sebagai daya tarik suatu produk. (Badri, 2022). Desain kemasan menjadi salah satu pemicu penjualan produk. Hal ini juga terkait dengan nilai tambah kemasan yang dapat mempengaruhi sentimen konsumen dan dinilai sangat efektif. Secara keseluruhan, perusahaan harus memiliki tim desain sendiri untuk bisnis pengemasan ini. Untuk itu, desain kemasan sangat penting dalam penjualan produk.

Perbaikan desain produk dan pemanfaatan media digital diharapkan dapat memperluas jangkauan pasar sehingga meningkatkan penjualan pengusaha. Tujuan kegiatan pendampingan adalah meningkatkan pemahaman pengusaha UMKM mengenai pentingnya desain produk sebagai salah satu strategi penjualan dan pentingnya pemanfaatan media digital sebagai media promosi dan transaksi jual-beli untuk memperluas jangkauan pasar. (Sufaidah, 2022) oleh karena itu Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terutama mereka yang bergerak di dunia *Food and Beverage* dalam hal ini mereka yang memiliki usaha pembuatan Peyek pada UMKM di Kelurahan Marga Mulya Kota Bekasi diharapkan dapat meningkatkan inovasi melalui pengemasan produk yang lebih Modern sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan penjualan produknya sehingga pada akhirnya akan dapat meningkatkan

kesejahteraan masyarakat dan mengurangi angka pengangguran. Salah satu cara untuk meningkatkan daya saing UMKM adalah dengan melakukan peningkatan inovasi kemasan dan pembelajaran mengenai perluasan bisnis yang dilakukan secara terus menerus. (Adithya, 2024)

Desain kemasan merupakan bidang yang sangat teknis dan menggabungkan antara unsur sains, teknik, dan seni. Kemasan yang kreatif merupakan desain kemasan yang membuat produk menjadi lebih unik, lebih berkesan dari kemasan produk yang sudah ada sebelumnya sehingga memiliki daya tarik lebih untuk dibeli oleh konsumen. Semakin kreatif desain kemasan, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli. Kemasan hendaknya dapat mempengaruhi konsumen untuk memberikan kesan positif. Terdapat hubungan antara keunikan desain dengan daya tarik terhadap produk. Pengaruh desain kreatif terhadap daya tarik konsumen adalah membangkitkan selera konsumen terhadap produk tersebut (Nurendah, 2020)

METODE

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat menggunakan metode kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan observasi secara langsung terutama pada para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di wilayah kelurahan Marga Mulya Kota Bekasi, studi pustaka (*library research*), baik melalui *website*, Artikel penelitian dan sumber – sumber tertulis baik yang tercetak maupun media elektronik sehingga dapat memperjelas penelitian ini. Bentuk pengabdian ini dengan cara memberikan workshop yang bertema Inovasi Kemasan Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Peyek Pada UMKM Dikelurahan Marga Mulya Kota Bekasi, di mana kegiatan ini sesuai dengan perencanaan yang telah dibuat oleh tim pelaksana secara umum terdiri dari empat tahapan, yakni tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi, dan tahap pelaporan.

Pada tahap pertama, adalah tahap persiapan yang merupakan faktor penentu atau kunci keberhasilan dari suatu kegiatan, yang diawali dengan analisis situasi dan kebutuhan dengan cara pengumpulan data awal terkait kondisi pengetahuan dan pemahaman mahasiswa tentang penulisan artikel ilmiah melalui observasi dan wawancara. Dari hasil data awal tersebut, kemudian ditetapkan tujuan pelatihan dan penyusunan materi pelatihan mencakup pemahaman tentang Inovasi Kemasan

Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Peyek Pada UMKM. Tahap kedua adalah tahap pelaksanaan kegiatan, di mana pada tahap ini Tim Pelaksana mulai melaksanakan kegiatan sesuai dengan rencana yang telah dibuat dengan cara menyampaikan materi pelatihan kepada peserta pelatihan secara interaktif dengan memadukan teori dan praktik, di mana sebelum penyampaian materi pelatihan, peserta diberikan *pre-test* untuk mengukur sejauhmana pengetahuan dan pemahaman peserta pelatihan terkait dengan tema atau topik pelatihan yang akan dilaksanakan. (Prasetyo, 2018).

Pada sesi penyampaian materi, Tim Pelaksana yang telah ditunjuk sebagai pemateri menyampaikan materi pelatihan secara komprehensif dengan media presentasi, kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dengan peserta pelatihan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman. Peserta pelatihan juga diberikan kesempatan untuk mempraktikkan secara langsung materi pelatihan Inovasi Kemasan Sebagai Upaya Memperluas Pasar Produk Peyek Pada UMKM Dikelurahan Marga Mulya Kota Bekasi yang telah diterima sehingga peserta pelatihan mendapatkan pengalaman langsung dari praktik yang dilakukannya dibawah bimbingan pemateri.

Tahap ketiga adalah tahap evaluasi, di mana pada tahap ini Tim Pelaksana melaksanakan evaluasi secara menyeluruh dengan tujuan untuk mengukur efektivitas dan dampat pelatihan yang telah dilaksanakan. Untuk melakukan evaluasi, tim pelaksana menggunakan instrumen berupa hasil *pre-test* dan *post-test* yang telah diberikan oleh Tim Pelaksana kepada peserta pelatihan, di mana analisis terhadap hasil tes tersebut dapat memberikan gambaran secara kuantitatif terkait pengetahuan dan pemahaman peserta setelah mengikuti pelatihan. (Prasetyo, 2018).

Tahap keempat adalah tahap pelaporan, di mana pada tahap ini Tim Pelaksana akan membuat laporan hasil pelaksanaan kegiatan pelatihan penulisan artikel ilmiah yang telah selesai dilaksanakan. Pelaporan yang terstruktur merupakan sarana yang digunakan untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan kegiatan. (Sofian, 2017). Laporan hasil pelaksanaan kegiatan berisi uraian tentang pelaksanaan kegiatan dimulai dari awal hingga akhir kegiatan pelatihan sebagai bentuk pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan.

ANALISIS SITUASI

Secara geografi Kecamatan Bekasi Utara berada pada posisi 107,0037 bujur timur dan 6,2063 lintang selatan, dengan ketinggian 11 m diatas permukaan laut Letak. Kecamatan Bekasi Utara yang sangat strategis merupakan keuntungan bagi Kecamatan Bekasi Utara terutama dari segi komunikasi dan perhubungan. Sesuai dengan Perda Kota Bekasi nomor 04 tahun 2004 tentang Pembentukan Wilayah Administrasi Kecamatan dan Kelurahan, Kecamatan Bekasi Utara terbagi menjadi 6 Kelurahan. UMKM telah menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia. Sekitar 88,8-99,9% bentuk usaha UMKM dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 51,7-97,2%. UMKM memiliki proporsi sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit. Oleh karena itu, kerjasama untuk pengembangan dan ketahanan UMKM perlu diutamakan. Berdasarkan hal tersebut, betapa pentingnya kompetensi sumber daya manusia UMKM dalam menciptakan wirausaha yang dapat bersaing di era industri 4,0 ini (Widjaya, 2018) Kelurahan marga mulya berada di kecamatan Bekasi Utara yang memiliki kondisi yang berada persis berbatasan dengan wilayah Kota Jakarta berikut peta gambar wilayah Bekasi Utara ((BPS), 2022) Penduduk Kecamatan Bekasi Utara berdasarkan data agregat kependudukan tahun 2022 semester 1 dari Dirjen Dukcapil Kemendagri sebanyak 332.953 jiwa yang terdiri atas 167.361 jiwa penduduk laki-laki dan 165.592 jiwa penduduk perempuan. Sementara itu besarnya angka rasio jenis kelamin tahun 2021 penduduk laki-laki terhadap penduduk perempuan sebesar 101.((BPS), 2022)

Berdasarkan data yang didapat selama peneliti melakukan observasi, Anda bisa mempelajari ciri - ciri UMKM yang berada di Wilayah Bekasi Utara seperti dijelaskan di bawah ini:

1. Usaha Tersebut Memiliki Tempat Beroperasi Yang Dapat Berpindah-Pindah Jika Diperlukan.
2. Jenis Produk Atau Komoditi Yang Tidak Selalu Tetap. Apa Yang Dijual Kepada Pelanggan Bisa Berubah Sewaktu-Waktu.
3. Usaha Tersebut Belum Mempunyai Administrasi Yang Terbilang Lengkap. Pengelolaan Finansial Kerap Bercampur Dengan Keuangan Pribadi.
4. Sebagian Besar Usaha Tersebut Tidak Memegang Surat Izin Usaha Serta Legalitas Lain Seperti NPWP.
5. Pelaku Usaha Umumnya Tidak Memiliki Akses Perbankan. Tapi Beberapa Usaha Juga Sudah Ada Yang Memiliki Akses Ke Lembaga Keuangan Non Perbankan.
6. SDM Yang Bekerja Pada Usaha Tersebut Umumnya Belum Terasah Dan Matang.

Berikut Akan Penulis Gambarkan Ragam Usaha UMKM Yang Ada Di Kelurahan Marga Mulya Sebagai Berikut:

Tabel 1.3
Gambaran Jenis Usaha UMKM Di Kelurahan Marga Mulya

No	Nama Wilayah	Jumlah UMKM	Jenis Usaha
1	RW 1	5	Makanan Minuman, bengkel sepeda motor
2	RW II	4	Makanan Minuman
3	RW III	6	Makanan Minuman, Warung kelontong
4	RW IV	5	Warung Kelontong , bengkel Sepeda Motor
5	RW V	6	Makanan Minuman, bengkel sepeda motor, Warung kelontong
6	RW VI	4	Makanan Minuman
7	RW VII	6	Makanan Minuman, bengkel sepeda motor, Warung kelontong
8	RW VIII	5	Makanan Minuman, Warung kelontong
9	RW VIII	4	Warung kelontong, bengkel sepeda motor
10	RW X	6	Makanan Minuman, Bengkel Sepeda Motor, Warung Kelontong
11	RW XI	3	Makanan Minuman

Sumber : Data Hasil Penelitian

SOLUSI DAN LUARAN

Pendampingan UMKM melalui Pelatihan Rebranding Inovasi Kemasan Produk UMKM. Pelaku UMKM di Kelurahan Marga Mulya Kota Bekasi yang saat ini mendapatkan pendampingan dalam program Pengabdian masyarakat ini adalah mereka yang memiliki produk makanan dalam hal ini terutama UMKM yang bergerak di produk Peyek. Metode penjualan yang dilakukan selama ini adalah media konvensional yaitu pengenalan dan penjualan produk dari mulut ke mulut sehingga pendapatan yang diperoleh belum maksimal sehingga perlu dilakukan pendampingan

mengenai pemanfaatan model promosi lain sebagai upaya meningkatkan penjualan Produk. UMKM yang ada di kelurahan Marga Mulya memang cukup beragam Namun pada kesempatan ini pendampingan Pemberdayaan Masyarakat Diarahkan pada mereka yang memiliki usaha dibidang makanan terutama Produk peyek. Produk peyek yang dihasilkan oleh UMKM saat ini dikemas dalam bentuk kemasan sederhana berupa plastic transparan sehingga dari sisi promosi terlihat kurang menarik sehingga yang membeli produk peyek hanya orang disekitar marga mulya saja, sehingga perluasan pasar perlu dilakukan dalam hal ini agar lebih menarik konsumen salah satunya dilakukan inovasi kemasan yang lebih modern untuk meningkatkan penjualan. Tahapan kegiatan yang dilakukan dalam pengabdian kali ini adalah sebagai berikut:

1. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat melalui metode pelatihan serta pendampingan secara langsung. Metode dilaksanakan dengan kegiatan pendampingan serta pelatihan mengenai inovasi kemasan dalam kegiatan pemasaran produk atau barang. Dalam Kegiatan ini UMKM di berikan pemahaman pentingnya memperbaiki melalui inovasi kemasan produknya agar dapat meningkatkan pasar terutama produk Peyek yang dihasilkan oleh UMKM di Kelurahan Margamulya Kota Bekasi. Kegiatan ini, diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM. Sedangkan metode pelatihan atau pendampingan digunakan untuk melakukan praktik secara langsung kepada mitra UMKM di Kelurahan Margamulya Kota Bekasi.
2. Pelaksanaan Kegiatan pelatihan Rebranding produk Peyek hasil UMKM melalui Inovasi Kemasan, yang dilakukan melalui praktik dan memberikan beberapa contoh alternatif Upgrade kemasan yang sudah ada ke beberapa model kemasan yang paling cocok dan paling sesuai dengan kebutuhan UMKM penghasil produk Peyek. Berdasarkan hasil wawancara langsung kepada pemilik Usaha untuk memperoleh informasi secara langsung mengenai permasalahan yang dialami UMKM. Setelah mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, kemudian melakukan pelatihan dan pendampingan kepada Mitra untuk melakukan praktik dari ilmu yang telah disampaikan. Adapun Langkah-langkah dalam Inovasi kemasan sebaiknya direncanakan sejak tahap awal pengembangan produk agar kemasan tidak hanya melindungi, tetapi juga menarik perhatian konsumen dan mendukung strategi branding. Beberapa langkah yang bisa diterapkan UMKM antara lain:
 - a) Kenali Target Pasar – Pahami preferensi dan kebutuhan konsumen, apakah mereka lebih menghargai kemasan yang estetis, fungsional, atau ramah lingkungan.
 - b) Tentukan Identitas Merek dan Konsep Desain – Pilih desain, warna, tipografi, serta bentuk kemasan yang mencerminkan brand dan mudah dikenali.
 - c) Pilih Bahan Kemasan yang Tepat – Sesuaikan bahan dengan produk dan pertimbangkan keberlanjutan serta daya tahan kemasan.
 - d) Kolaborasi dengan Ahli – Bekerja sama dengan desainer grafis, produsen kemasan, atau pihak pemasaran agar hasil kemasan optimal dan sesuai tren terkini.
 - e) Uji Coba dan Evaluasi – Lakukan uji coba kemasan, kumpulkan umpan balik dari konsumen, dan pastikan kenyamanan, keamanan, serta daya tarik visual terpenuhi.

- f) Implementasi dan Pembaruan Berkala – Terapkan kemasan secara konsisten di semua lini produk, sambil menyesuaikan pembaruan desain dengan tren dan kebutuhan pasar.

Dengan langkah-langkah ini, UMKM dapat menghadirkan kemasan yang inovatif, fungsional, dan menarik, sekaligus meningkatkan citra bisnis dan daya saing produk di pasar.

3. Perancangan dan pembuatan desain kemasan digunakan untuk menentukan identitas. Pembuatan ini merupakan salah satu sarana untuk meningkatkan brand image sebagai citra terhadap merek yang berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap sebuah merek. Adapun desain kemasan ini sudah disesuaikan dengan kebutuhan UMKM. Diharapkan hasil desain kemasan terbaru sebagai bentuk inovasi dalam proses produksi branding. Dalam label ini,

memiliki beberapa konten penting seperti merek, logo, tanggal kadaluwarsa, nama rumah produksi, komposisi, dan materi tambahan lain. Adapun berdasarkan hasil diskusi ada beberapa desain yang ditawarkan yang dapat diterapkan oleh UMKM sesuai kebutuhannya masing

- 1) Kemasan Peyek yang saat ini digunakan.



Gambar 1.1 kemasan peyek UMKM

Saat ini UMKM terutama yang menghasilkan produk peyek masih menggunakan kemasan yang konvensional yaitu menggunakan plastik bening dan di staples sehingga belum bisa menarik minat pembeli atau konsumen sehingga dapat merambah pasar secara luas.

2) Inovasi Kemasan Melalui Stiker



Gambar 1.2 Inovasi Kemasan plastic dan stiker

Desain inovasi Kemasan pertama yang ditawarkan merupakan desain sederhana dengan konsep Stiker menggunakan plastic Ziplock dimana dalam stiker ditulis ilustrasi nama produk sesuai nama produk peyeng masing-masing, keterangan tanggal pembuatan dan kadaluarsa serta komposisi bahan baku yang digunakan. Penawaran desain satu mempertimbangkan aspek ekonomis harga kemasan dan penyesuaian yang tidak terlalu signifikan karena masih menggunakan kemasan plastic bening Jenis yang paling umum, terbuat dari berbagai jenis plastik seperti LDPE, PP, atau nylon untuk ketahanan dan keawetan, namun masih manambahkan unsur inovasi berupa nama merk, keterangan tanggal pembuatan dan kadaluarsa serta komposisi bahan baku yang digunakan sehingga dapat memberikan informasi pada calon konsumen potensial.

3) Inovasi Kemasan melalui Kraft Paper Ziplock



Gambar 1.3 Inovasi Kemasan Ziplock

Desain inovasi Kemasan kedua yang ditawarkan merupakan desain Kraft Paper Ziplock dengan keunggulan Kemasan ini memiliki tampilan luar yang natural dan terkesan rustic karena terbuat dari kertas kraft, namun bagian dalamnya tetap dilapisi plastik atau aluminium

foil untuk melindungi isi produk sehingga dirasa sangat cocok untuk produk peyek yang dihasilkan oleh UMKM di Kelurahan Marga Mulya Kota Bekasi ini. Adapun alasan tim pengabdian masyarakat ini menawarkan kemasan ini dengan pertimbangan Manfaat utama penggunaan kemasan *kraft paper* pada makanan adalah daya tahan dan kekuatan yang baik, sifatnya yang ramah lingkungan (bisa didaur ulang dan *biodegradable*), serta keamanannya untuk kontak langsung dengan makanan. Kemasan ini juga membantu melindungi makanan dari minyak dan kelembapan serta memiliki estetika alami yang dapat meningkatkan citra merek.

4) Inovasi Kemasan melalui Alumunium Foil Ziplock



Gambar 1.4 Inovasi Kemasan Alumunium Foil Ziplock

Desain inovasi Kemasan ketiga yang ditawarkan merupakan desain Kemasan dengan menggunakan lapisan aluminium foil yang memberikan perlindungan ekstra dari cahaya, kelembapan, dan oksigen, menjadikannya pilihan yang baik untuk melindungi produk dan memperpanjang masa simpannya hal ini sangat dibutuhkan terutama untuk produk makanan sejenis Peyek yang membutuhkan tempat yang bisa menjamin kerenyahan produk yang cukup lama dan masa simpan yang lama juga. Selain itu mengapa tim pengabdian Kepada masyarakat mengajukan kemasan ini dikarenakan Manfaat utama penggunaan kemasan aluminium foil pada makanan adalah untuk melindungi makanan dari faktor luar, seperti cahaya, oksigen, dan mikroorganisme, sehingga menjaga kesegaran dan memperpanjang masa simpan. Selain itu, aluminium foil juga menjaga cita rasa dan kelembapan, aman untuk memasak, higienis, mudah dibentuk, serta dapat didaur ulang.

KESIMPULAN

Inovasi dalam kemasan produk dapat memainkan peran yang sangat krusial dalam meningkatkan daya tarik produk makanan. Dengan mengikuti arah tren terkini serta dapat memahami apa yang menjadi kebutuhan konsumen, maka UMKM dapat menciptakan kemasan yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga memperkuat citra merek dan mendorong perluasan pasar sehingga dapat meningkatkan angka penjualan. Perlu dipahami bahwa kemasan adalah representasi dari nilai dan kualitas produk yang ditawarkan, jadi Kemasan yang menarik dapat memberikan kesan terbaik melalui inovasi kemasan yang tepat. Oleh karena itu Inovasi Kemasan menjadi sangat penting.

Inovasi dalam kemasan tidak hanya sebatas estetika, tetapi juga pada fungsiionalitas dan cerita mengenai produk yang disampaikan oleh produsen kepada konsumen potensialnya. Desain visual seperti pemilihan warna, font, dan logo harus selaras dengan identitas merek untuk meninggalkan kesan yang kuat di benak konsumen. Selain itu, kemasan yang menghadirkan fungsi tambahan, misalnya mudah dibuka, dapat digunakan kembali (reusable), atau ramah lingkungan, meningkatkan nilai tambah produk sekaligus memperlihatkan komitmen bisnis terhadap keberlanjutan. Unsur storytelling juga dapat dimasukkan dalam kemasan, misalnya menampilkan kisah di balik produk atau pesan yang menyentuh konsumen, sehingga kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga media komunikasi yang membangun keterikatan emosional dengan pelanggan. Oleh karena itu dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini diupayakan UMKM terutama mereka yang berjualan peyek di UMKM kelurahan Marga Mulya kota bekasi mendapatkan maafaat demi keberlanjutan usahanya, oleh karena itu pandampingan inovasi kemasan sangat dibutuhkan oleh UMKM ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pelaksana mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada Rektor dan Dekan Fakultas Hukum Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, atas dukungan yang telah diberikan sehingga pelaksanaan kegiatan dapat berjalan lancar, dan kepada mahasiswa sebagai peserta kegiatan yang telah mengikuti kegiatan dari awal hingga akhir dengan tertib dan lancar.

DAFTAR PUSTAKA

- (BPS), B. P. (2022). *KECAMATAN BEKASI UTARA DALAM ANGKA 2022*. Bekasi: BPS.
- Adithya, B. d. (2024). PEMBERDAYAAN UMKM POKLAHSAR BUNDA MADANI MELALUI PENINGKATAN DIGITAL MARKETING DAN INOVASI KEMASAN. *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 36-43.
- Badri, R. E. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMAs (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 347-352.
- Nurendah, Y. d. (2020). Inovasi Kemasan Dan Pemasaran Berbasis Teknologi kunci Pengembangan Produk UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi*, 21-34.
- Rizka, A. d. (2023). Inovasi Kemasan Produk dan Pelabelan Untuk Menciptakan Nilai Tambah pada Produk UMKM Dapur Keysha di Desa Mranggonlawang. *Jurnal Pelayanan dan Pengabdian Masyarakat Indonesia (JPPMI)*, 51-57.
- Sufaidah, S. d. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *EKONOMI: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 152- 156.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta. sukandi. (n.d.).
- Sukartaatmadja, S. d. (2023). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui . *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 1-4.