

# PENGEMASAN PRODUK UMKM KAJIGELEM KELURAHAN BANGUNJIWO, KASIHAN BANTUL

Aulia Firmansyah<sup>1</sup>, Emmita Devi Hari Putri<sup>1</sup>, M. Fathurrahman Nurul H<sup>1</sup>

<sup>1</sup>)Program Studi Perhotelan Kampus Kota Yogyakarta, Universitas Bina Sarna Informatika

Email : aulia.ufy@bsi.ac.id

## Abstrak

Pelaksanaan dari PM ini dilakukan secara langsung di desa KAJIGELEM (Kasongan, Jipangan, Gendeng, Lemahdadi) sehingga jarak yang ditempuh kurang lebih 5,9 km dari Universitas Bina Sarana Informatika PSDKU Yogyakarta antara Permasalahannya dapat dilihat saat ini dengan adanya UMKM masyarakat sebagai pelaku didalam usaha mikro, kecil, dan menengah masih dinilai kurang paham terhadap peningkatan kualitas produk UMKM untuk meningkatkan nilai jual produk. Selain itu, Pengemasan Produk juga menjadi salah satu faktor penting yang dapat meningkatkan pendapatan UMKM. Pengemasan Produk yang Kreatif dan Inovatif yang dimiliki oleh pelaku UMKM Desa KAJIGELEM masih tergolong minim, hal ini dibuktikan dengan Masih banyaknya produk UMKM yang dikemas masih bersifat biasa saja, sehingga kurang begitu menarik yang menyebabkan terbatasnya area pemasaran yang hanya dilakukan sehingga membuat produk sulit untuk dikenal oleh masyarakat luas dan sulit untuk melakukan pemasaran dalam skala yang lebih besar. Pelatihan pengemasan produk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam mengemas produk secara efektif dan efisien. Pengemasan yang baik tidak hanya bertujuan untuk menjaga kualitas produk, tetapi juga dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar dan memberikan nilai tambah bagi konsumen. Pelatihan pengemasan produk UMKM membantu pelaku usaha untuk memaksimalkan potensi produk mereka dengan pengemasan yang tidak hanya melindungi produk tetapi juga meningkatkan daya saing dan nilai jual produk di pasar. Solusinya adalah Memberikan pelatihan tentang Pengemasan produk yang kreatif dan inovatif serta pendampingan guna pencapaian dan peningkatan penjualan produk UMKM. Target Luaran dalam program hibah pengabdian masyarakat ini adalah peningkatan keberdayaan mitra sesuai permasalahan yang dihadapi oleh UMKM, yaitu pengetahuan, dan keterampilan dari pelaku UKM meningkat. Begitu juga dengan jumlah produk, kapasitas produksi, jumlah asset, jumlah omset, dan kemampuan manajemen meningkat.

Kata Kunci: inovatif, kreatif dan Pengemasan produk.

## Abstract

*The implementation of this PM was carried out directly in KAJIGELEM village (Kasongan, Jipangan, Gendeng, Lemahdadi) so that the distance covered was approximately 5.9 km from Bina Sarana Informatika University PSDKU Yogyakarta. The problem can be seen currently with the existence of community MSMEs as actors in the business micro, small and medium enterprises are still considered to lack understanding regarding improving the quality of MSME products to increase product selling value. Apart from that, product packaging is also an important factor that can increase MSME income. Creative and Innovative Product Packaging owned by MSMEs in KAJIGELEM Village is still relatively minimal, this is proven by the fact that many MSME products are still packaged in an ordinary way, so they are not very attractive, which results in limited marketing areas only being carried out, making it difficult for the product to be known. by the wider community and it is difficult to carry out marketing on a larger scale. MSME (Micro, Small and Medium Enterprises) product packaging training aims to improve the ability of MSME players to package products effectively and efficiently. Good packaging not only aims to maintain product quality, but can also increase the product's attractiveness in the market and provide added value for consumers. MSME product packaging training helps business actors to maximize the potential of their products with packaging that not only protects the product but also increases the competitiveness and selling value of the product in the market. The solution is to provide training on creative and innovative product packaging as well as assistance to achieve and increase*

*sales of MSME products. The output target in this community service grant program is to increase the empowerment of partners according to the problems faced by MSMEs, namely increasing the knowledge and skills of SME actors. Likewise, the number of products, production capacity, number of assets, total turnover, and management capabilities have increased.*

*Keywords: innovative, creative and product packaging.*

© 2025 Some rights reserved

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu bangsa dan daerah tak terkecuali di Indonesia (Muchtasib, dkk: 2020). UMKM merupakan salah satu motor penggerak perekonomian Indonesia. Sejak krisis moneter tahun 1997-1998 hampir 80% usaha yang dikategorikan besar mengalami kebangkrutan dan malah UMKM dapat bertahan dalam krisis dengan segala keterbatasan dan kemampuan yang dimilikinya. Bagi sebagian kalangan UMKM dianggap sebagai sektor usaha yang tahan banting sehingga mampu bertahan dalam kondisi apapun. Tak jarang dengan kemampuan dan keterbatasan tersebut juga dapat menciptakan lapangan kerja walaupun tidak signifikan. Dalam pembangunan ekonomi di Indonesia UMKM selalu digambarkan sebagai sektor yang mempunyai peranan penting, karena sebagian besar jumlah penduduknya berpendidikan rendah dan hidup dalam kegiatan usaha kecil baik di sektor tradisional maupun modern (Kurniawan & Fauziah, 2015). Pengembangan UMKM ini menjadikan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dalam meningkatkan perekonomian masyarakat. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada hakekatnya merupakan tanggungjawab bersama antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu peranan pemerintah serta masyarakat sangat penting dalam peningkatan pengembangan UMKM ini. Peranan UMKM terutama sejak krisis moneter tahun 1997 dapat dipandang sebagai media penyelamat dalam proses pemulihan ekonomi nasional. Selain sebagai salah satu alternatif penyediaan lapangan kerja baru, UMKM berperan baik dalam mendorong laju pertumbuhan ekonomi dan sebagai program pengentasan kemiskinan maupun penyerapan tenaga kerja. UMKM merupakan suatu bentuk usaha kecil masyarakat yang pendiriannya berdasarkan inisiatif seseorang. Sebagian besar masyarakat beranggapan bahwa UMKM hanya menggunakan pihak-pihak tertentu saja. Padahal sebenarnya UMKM sangat berperan dalam mengurangi tingkat pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja yang masih menganggur, selain itu

mereka juga memanfaatkan berbagai sumber daya alam yang potensial di suatu daerah yang belum diolah secara komersial (Hapsari: 2014). Usaha mikro tergolong jenis usaha marjinal, yang karena penggunaan teknologi yang relatif sederhana, tingkat modal yang rendah, akses terhadap kredit yang rendah, serta cenderung berorientasi pada pasar lokal. Oleh karena itu, harus selalu diupayakan strategi yang tepat untuk memberdayakan UMKM agar kesejahteraan masyarakat semakin terangkat. Berbagai peran strategis dimiliki sektor UMKM, namun sektor ini juga dihadapkan berbagai permasalahan. Kendala dan permasalahan antara lain dari aspek permodalan, kemampuan manajemen usaha dan kualitas sumberdaya manusia pengelolanya. Kendala dan permasalahan usaha kecil dan informal lainnya juga disebabkan karena sulitnya akses terhadap informasi dan sumberdaya produktif seperti modal dan teknologi, yang berakibat menjadi terbatasnya kemampuan usaha kecil untuk berkembang

## Analisis Situasi

Yang saat ini dialami oleh mitra UMKM dari Desa Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul dalam menghadapi arus perkembangan pasar. Pada dasarnya mitra UMKM dari Desa Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul sudah didukung dengan lokasi pemukiman merupakan tempat yang strategis untuk meningkatkan kualitas produk dan banyak peluang yang dapat diciptakan melalui industri kreatif. Namun kebingungan yang muncul akibat kurangnya pengetahuan dalam meningkatkan kualitas produk yang pada akhirnya menimbulkan kurangnya keberhasilan dalam penjualan produk itu sendiri. Namun keadaan riil pada mitra UMKM Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul tidak saling mendukung antara UMKM satu dengan UMKM yang lainnya sehingga memunculkan kesenjangan dan persaingan yang tidak sehat antar UMKM. Hal ini mengakibatkan penjualan produk UMKM di Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul tidak mengalami peningkatan. Pihak Kalurahan telah memfasilitasi tempat (kios) penjualan produk dari hasil UMKM di Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon

Kasih, Kabupaten Bantul namun para UMKM tidak memanfaatkan fasilitas tersebut. Proses penjualan produk yang saat ini dilakukan oleh UMKM sebatas melayani pemesanan saja sehingga tidak membuat produknya setiap hari. Dalam menunjang industri kreatif harus diimbangi dengan pengetahuan cara membuat kemasan produk secara kreatif dan menarik sebagai salah satu promosi produk yang dihasilkan. Pentingnya informasi dan sosialisasi dalam membuka pengetahuan bagi masyarakat untuk bagaimana memulai membuat kemasan produk yang menarik inovasi dan kreatif perlu di pelajari lebih dalam supaya produknya lebih dikenal luas dan meningkatkan nilai jual produknya. Dipengaruhi oleh hal tersebut perlu adanya pelatihan dan pendampingan untuk menunjang pengembangan penjualan produk industri kreatif bagi para pelaku UMKM.

**Lokasi Mitra**

Mitra pengabdian masyarakat kali ini adalah pelaku UMKM dari Desa Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul. Kegiatan dilakukan di Pendopo Desa Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul dengan jarak tempuh dari Universitas Bina Sarana Informatika ke lokasi adalah 5,9 km.



Gambar 1 Lokasi Mitra

Permasalahan yang dihadapi mitra saat ini meliputi masih kurangnya pengetahuan tentang peningkatan kualitas produk UMKM karena pihak UMKM di Kalurahan Bangunjiwo, Kapanewon Kasihan, Kabupaten Bantul hanya memproduksi hasil UMKM nya berdasarkan dengan pesanan yang masuk dan tidak memproduksi setiap hari, dan tidak memanfaatkan fasilitas yang diberikan oleh pihak Kelurahan yaitu kios untuk menjual produk UMKM. Permasalahan selanjutnya yaitu kurang menariknya

kemasan produk UMKM, yang mana kemasan yang dibuat saat ini hanya sebatas produk terkemas sederhana tidak mempertimbangkan standar kemasan yang telah ditetapkan oleh pemerintah yaitu Undang-Undang No. 18 Tahun 2012 tentang Pangan dalam Pasal 82 ayat (1). Adanya permasalahan yang dihadapi mitra.

**KAJIAN PUSTAKA**

**METODE PELAKSANAAN**

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan metode pelatihan dan pendampingan. Metode ini merupakan metode yang efektif dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat KAJIGELEM Desa Bangunjiwo dalam meningkatkan produktifitas UMKM. Masyarakat KAJIGELEM Desa Bangunjiwo akan diberikan pelatihan langsung baik teoritik maupun praktik dan selanjutnya akan dilakukan pendampingan berkala. Berdasarkan hal tersebut, maka akan dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat secara periodik melalui tahapan-tahapan berikut:

**1. Persiapan**

Tahap persiapan yang akan dilakukan oleh tim pelaksana pengabdian yaitu observasi lapangan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang ada di KAJIGELEM Desa Bangunjiwo. Persiapan dari pihak mitra yaitu Mitra mendukung kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan oleh Dosen Universitas Bina Sarana Informatika Kampus Kota Yogyakarta, ditunjukkan dengan kesiapan mitra dalam mempersiapkan peserta yang terdiri dari pelaku UMKM KAJIGELEM di Desa Bangunjiwo serta bersedia mempersiapkan tempat dan perlengkapan untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat

**2. Pelatihan**

Memberikan materi pelatihan secara teoritik kepada masyarakat KAJIGELEM Desa Bangunjiwo tentang pengemasan produk UMKM. Kegiatan ini difokuskan kepada ibu- ibu yang memiliki usaha UMKM yang merupakan sumber potensi ekonomi masyarakat KAJIGELEM Desa Bangunjiwo. Setelah pemberian pelatihan teoritis selesai, akan dilanjutkan kegiatan praktik yang mana peserta pengabdian melakukan praktik langsung dalam tahap pengemasan produknya. Hal ini dilakukan untuk membuat pengemasan produk yang menarik sehingga dapat memberikan nilai jual yang tinggi

### 3. Pendampingan dan Evaluasi

Kegiatan tidak hanya sampai pada pelatihan namun akan dilakukan program pendampingan pengemasan produk UMKM secara berkala. Program pendampingan merupakan kegiatan membantu mengarahkan dan mendukung kegiatan UMKM KAJIGELEM Desa Bangunjiwo dengan tujuan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Kajigelem adalah salah satu usaha yang berkembang di Kelurahan Bangunjiwo, Kecamatan Kasihan, Kabupaten Bantul, Yogyakarta. Kajigelem dikenal sebagai produsen kerajinan dari bahan dasar tanah liat yang diolah menjadi berbagai produk seperti souvenir, perabot rumah tangga, hingga dekorasi seni. Produk-produk ini memiliki nilai estetika dan fungsionalitas tinggi, menjadikannya cukup populer di kalangan wisatawan dan masyarakat lokal.

Sebagai usaha yang masih berkembang, UMKM Kajigelem menghadapi tantangan dalam hal pemasaran dan pengemasan. Pengemasan produk yang baik sangat penting untuk meningkatkan daya tarik produk, memperpanjang masa simpan, serta melindungi produk dari kerusakan. Dalam konteks ini, pengemasan yang tepat tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai sarana untuk menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual.

Pada Pelatihan packing Produk di sampaikan beberapa materi seperti:

#### Tujuan Pengemasan Produk UMKM

Pengemasan produk memiliki beberapa tujuan yang penting, di antaranya:

1. **Proteksi Produk:** Produk makanan dan minuman memiliki sifat yang rapuh, sehingga pengemasan yang baik dapat melindungi dari kerusakan selama proses distribusi dan penyimpanan.
2. **Estetika dan Branding:** Pengemasan yang menarik dapat menambah daya tarik produk, memperkuat identitas merek, dan memberikan kesan profesional. Bagi UMKM Kajigelem, pengemasan yang kreatif dan khas dapat meningkatkan citra produk.
3. **Informasi Produk:** Pengemasan juga berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi tentang produk, misalnya bahan baku yang digunakan, cara perawatan, serta informasi tentang asal-usul produk atau cerita di balik pembuatannya.

4. **Keberlanjutan:** Memilih bahan pengemasan yang ramah lingkungan akan memberikan dampak positif baik bagi lingkungan maupun citra produk itu sendiri, terutama di era yang semakin menekankan pada keberlanjutan.

Pertimbangkan Memilih Bahan Kemasan:

1. Apakah bahan kemasan yang diperlukan harus transparan (tembus pandang) atau tidak
2. Apakah yang fleksibel ataukah yang kaku
3. Apakah bahan kemasan tidak merusak bau, warna, dan mutu barang atau bahan yang dikemas
4. Mahalkah harga bahan kemasan yang diperlukan itu,
5. Adakah alternatif lain yang lebih murah
6. Ditinjau menurut Fungsinya pengemasan dalam garis besarnya dibagi menjadi 2 fungsi:
  - a. Fungsi teknis
  - b. Fungsi Komersil

Bagi UMKM Kajigelem, kemasan yang dipilih harus mempertimbangkan karakter produk yang rapuh namun bernilai seni tinggi.

#### Strategi Pengemasan yang Tepat

Untuk meningkatkan daya saing produk UMKM Kajigelem, strategi pengemasan yang tepat sangat diperlukan. Berikut adalah beberapa saran pengemasan yang dapat diterapkan:

1. **Penggunaan Bahan yang Ramah Lingkungan** Menggunakan bahan kemasan yang ramah lingkungan seperti kertas daur ulang, kotak berbahan karton kraft, atau bahan biodegradable akan memberikan nilai tambah pada produk, apalagi mengingat tren global yang semakin mengutamakan keberlanjutan.
2. **Desain yang Unik dan Kreatif** Desain pengemasan harus mencerminkan karakter produk itu sendiri. Misalnya, jika produk kerajinan Kajigelem lebih condong ke seni tradisional, maka desain kemasan bisa mengadopsi motif atau warna lokal yang khas, yang menggambarkan budaya Yogyakarta.
3. **Pemberian Label yang Informatif:** Setiap kemasan produk dapat diberi label yang menjelaskan tentang asal-usul produk, bahan baku, serta cara merawatnya. Ini bisa memberikan nilai edukatif kepada konsumen, sekaligus memperkenalkan UMKM Kajigelem sebagai produsen yang peduli dengan kualitas dan tradisi.
4. **Kreativitas dalam Bentuk Pengemasan:** Selain menggunakan bahan yang tepat, bentuk pengemasan yang kreatif bisa menarik perhatian pembeli. Misalnya, menggunakan keranjang kecil yang dapat digunakan ulang.

### Peluang untuk Meningkatkan Pengemasan

Untuk meningkatkan daya saing dan kualitas produk, UMKM Kajigelem dapat memanfaatkan beberapa peluang berikut:

1. Kemasan Inovatif: Menawarkan kemasan yang tidak hanya berfungsi sebagai pelindung tetapi juga bisa digunakan sebagai tempat penyimpanan atau souvenir.



gambar 1  
(Sumber Koleksi Pribadi)  
Pelatihan packing produk



gambar 2  
( Sumber Koleksi Pribadi )  
Pelatihan packing produk

Setelah di selenggarakan pelatihan selanjutnya di lakukan tahap pendampingan dalam packing produk

2. Program pendampingan ini bertujuan untuk:
  - a. Meningkatkan Kualitas Pengemasan: Memastikan produk memiliki kemasan yang menarik, aman, dan sesuai dengan standar yang berlaku.
  - b. Menambah Nilai Estetika dan Fungsionalitas: Membantu UMKM mendesain kemasan yang tidak hanya fungsional, tetapi juga menarik bagi konsumen.
  - c. Meningkatkan Daya Saing Pasar: Produk dengan kemasan yang baik lebih mudah diterima oleh pasar, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional.
  - d. Mendorong Inovasi : Mengajak pelaku UMKM untuk lebih kreatif dalam memilih bahan kemasan yang ramah lingkungan dan inovatif.

Pendampingan pada pengemasan produk UMKM di Desa Kajigelem dapat dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Potensi Produk Sebagai langkah awal, dilakukan identifikasi terhadap produk UMKM yang ada di Desa Kajigelem. Hal ini bertujuan untuk mengetahui jenis produk, target pasar, serta masalah yang dihadapi dalam pengemasan. Pendampingan ini akan disesuaikan dengan karakteristik masing-masing produk, apakah itu makanan, kerajinan tangan, atau produk lokal lainnya.
2. Penyuluhan dan Edukasi Pengemasan Setelah identifikasi, pelatihan mengenai pentingnya pengemasan yang baik akan diberikan. Pelaku UMKM akan diberi pemahaman tentang elemen-elemen pengemasan, seperti:
  - a. Kualitas bahan kemasan: Memilih bahan yang aman dan sesuai dengan jenis produk, misalnya bahan kemasan makanan yang bisa menjaga kesegaran.
  - b. Desain kemasan: Pentingnya desain yang menarik, termasuk pemilihan warna, logo, dan informasi produk yang mudah dibaca.
  - c. Labelisasi dan informasi produk: Cara menampilkan informasi penting seperti tanggal kedaluwarsa, bahan-bahan, cara penggunaan, dan sertifikasi produk (jika ada).
3. Perancangan dan Implementasi Kemasan Baru Berdasarkan hasil penyuluhan, pelaku UMKM akan didampingi dalam merancang kemasan baru untuk produk mereka. Hal ini bisa melibatkan kolaborasi dengan desainer grafis untuk menciptakan kemasan yang sesuai dengan identitas produk dan target pasar.
4. Pengujian Kemasan Setelah desain kemasan selesai, dilakukan uji coba pengemasan. Hal ini meliputi uji ketahanan kemasan, uji keamanan produk, dan uji daya tarik visual. Uji coba juga dapat mencakup survei pasar kecil untuk mengetahui respons konsumen terhadap kemasan yang baru.
5. Peningkatan Skala Produksi dan Distribusi Setelah kemasan disempurnakan, program pendampingan juga mencakup cara-cara untuk meningkatkan skala produksi kemasan dan distribusi produk. Pelaku UMKM diajarkan cara mengelola rantai pasokan bahan kemasan, mengatur stok, serta mendistribusikan produk dengan kemasan baru secara efisien.

Program pendampingan pada pengemasan produk UMKM di Desa Kajigelem merupakan langkah strategis yang dapat membantu pelaku UMKM meningkatkan daya saing produk mereka. Melalui peningkatan kualitas dan desain kemasan yang lebih baik, produk-produk lokal dapat lebih mudah diterima oleh pasar dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Pendampingan ini bukan hanya soal teknik pengemasan, tetapi juga tentang membangun kesadaran akan pentingnya branding dan pemasaran yang efektif. Dengan adanya program ini, diharapkan UMKM di Desa Kajigelem dapat berkembang dan sukses dalam pasar yang semakin kompetitif.



gambar 3  
(Sumber ://bangunjiwo-bantul.desa.id)  
Packing produk sebelum pelatihan dan pendampingan



Foto 4  
(Sumber ://bangunjiwo-bantul.desa.id)  
Packing produk setelah di lakukan pelatihan dan pendampingan

## KESIMPULAN

Pelatihan pengemasan produk yang dilaksanakan di Desa Kajigelem, Kelurahan Bangunjiwo, Kasihan Bantul, memiliki dampak yang signifikan bagi para pelaku UMKM di desa tersebut. Melalui pelatihan ini, para pelaku usaha belajar pentingnya pengemasan yang tidak hanya berfungsi untuk melindungi produk, tetapi juga sebagai strategi pemasaran yang efektif. Beberapa

poin penting yang dapat disimpulkan dari pelatihan ini adalah:

### 1. Peningkatan Pemahaman tentang Pengemasan

Para peserta pelatihan semakin menyadari bahwa pengemasan yang baik dapat memperpanjang umur simpan produk, meningkatkan daya tarik di pasar, serta memberikan informasi yang jelas kepada konsumen mengenai produk yang ditawarkan. Pengemasan yang menarik juga dapat meningkatkan citra merek dan daya saing produk.

#### 1. Inovasi dalam Pengemasan

Pelatihan ini mendorong para pelaku UMKM untuk lebih kreatif dalam mendesain kemasan. Mereka diberi pemahaman bahwa kemasan yang unik dan sesuai dengan karakter produk dapat menjadi alat pemasaran yang efektif.

#### 2. Penggunaan Bahan Ramah Lingkungan

Salah satu materi yang ditekankan dalam pelatihan adalah pentingnya menggunakan bahan pengemasan yang ramah lingkungan. Ini tidak hanya sejalan dengan tren global, tetapi juga dapat meningkatkan citra positif produk UMKM Kajigelem di mata konsumen yang semakin sadar akan isu keberlanjutan.

#### 3. Peningkatan Keterampilan dan Efisiensi

Pelatihan ini meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam melakukan pengemasan dengan lebih efisien dan profesional. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang teknik pengemasan yang tepat, diharapkan mereka dapat mengurangi kerusakan produk selama distribusi dan meminimalkan pemborosan bahan kemasan.

## UCAPAN TERIMAKASIH

Kami sampaikan terimakasih yang sangat mendalam kepada

1. Lurah Desa bangunjiwo beserta perangkatnya yang telah membantu dalam pelaksanaan Pelatihan pengemasan produk UMKM
2. Pelaku Usaha Mikro kecil menengah di desa Kajigelem kalurahan bangunjiwo kasihan Bantul
3. LPPM Universitas Bina Sarana Informatika

## DAFTAR PUSTAKA

Budaraga, I. K., & Devi, W. S. (2021). Pengabdian kepada masyarakat peningkatan kualitas

- usaha keripik talas Asyifa oleh-oleh. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat, Jurnal reseach ilmu pertanian* 1(1), 172–180.
- Budi, R. (2011). *Konsep pemberdayaan masyarakat untuk usaha kecil dan mikro*. *Jurnal Kebijakan dan management public* 1(2) 50–58.
- Hadi, W., dkk. (2022). *Pelatihan teknik pengemasan untuk produk UMKM bagi guru di SMK Yapinuh*. *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian kepada Masyarakat* 3 (1) 141-145
- Hapsari, P. P. P., Hakim, A., & Soeaidy, S. (2014). *Pengaruh pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) terhadap pertumbuhan ekonomi daerah*. *Jurnal Wacana* 17(2) 88-96
- Isnugroho, E., dkk. (2024). *Tema terstruktur dalam pendampingan desa wisata berkaitan isu krusial dan tantangannya*. *Jurnal ABDIMAS, TOURISM & COMMUNITY SERVICE*, 1(1), 33–40.
- Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2015). *Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam penanggulangan kemiskinan*. *Jurnal Kebijakan & Manajemen Publik*, 2(2), 165–176.
- Maryama, S., dkk. (2018). *Pelatihan pembuatan packaging dalam upaya meningkatkan penjualan produk UMKM di Kota Tangerang Selatan*. *Jurnal Sembhada* 1 (3) 156-159
- Muchtasib, A. B., dkk. (2020). *Pemberdayaan perempuan desa Urug untuk meningkatkan ekonomi rumah tangga*. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(1), 1–7.
- Nurwulandari, A. (2023). *Pengembangan produk serta kemasan sehat bagi pedagang kuliner kaki lima*. *Jurnal Multidisiplin pengabdian kepada masyarakat* 2(2) 57-64
- Riyadi, A., dkk. (2024). *Meningkatkan strategi promosi dan inovasi kemasan produk pada UMKM ikan asap Ketapang di Sampit*. *Jurnal Profit* 4 (1) 22-29
- Syamsuardi, dkk. (2021). *PKM pengembangan desain kemasan produk bagi pelaku jasadoga Kota Makassar*. *Seminar nasional hasil Pengabdian Masyarakatat UNM* 8(2).844-849