



Manajemen Pengemasan Produk terhadap Peningkatan Usaha Penjualan Krupuk Puli di Desa Ngampel Jombang

Achmad Agus Athok Miftachuddin¹, Siti Sufaidah², Muhammad Mahmudin³,
Mohammad Sholeh Arifin⁴

Program Studi Informatika, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah
e-mail: agusathok@unwaha.ac.id

Abstrak

Krupuk puli, makanan tradisional Indonesia, populer di berbagai kalangan karena tekstur renyah dari campuran tapioka dan beras. Meski potensial untuk UKM, seperti milik Bapak Nyamin di desa ngampel jombang, metode pengemasan yang masih konvensional menjadi kendala dalam meningkatkan daya tarik produk. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dipilih karena pentingnya perbaikan manajemen pengemasan untuk meningkatkan daya saing produk. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UKM dalam pengelolaan pengemasan yang lebih efektif dan menarik. Metode yang digunakan meliputi sesi pelatihan langsung, konsultasi, dan penerapan teknik pengemasan modern dengan alat dan bahan yang lebih sesuai. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas pengemasan yang mampu meningkatkan daya tarik visual dan daya tahan produk. Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa perbaikan dalam pengemasan tidak hanya memperkuat posisi produk di pasar lokal tetapi juga membuka potensi ekspansi ke pasar yang lebih luas, menunjukkan pentingnya adaptasi teknologi dalam industri makanan tradisional.

Kata Kunci: *Krupuk Puli, UKM, Daya Tarik, Manajemen Pengemasan.*

Abstract

Puli crackers, a traditional Indonesian food, are popular across various demographics due to their crispy texture derived from a mixture of tapioca and rice flour. Despite their business potential for small and medium-sized enterprises (SMEs), such as that owned by Mr. Nyamin in Ngampel village, Jombang, the conventional packaging methods represent a barrier to enhancing product appeal. This community service activity was chosen due to the importance of improving packaging management to increase product competitiveness. The objective of this activity is to provide training and guidance to SMEs on managing packaging more effectively and attractively. Methods used include direct training sessions, consultations, and the application of modern packaging techniques with more appropriate tools and materials. The results of this activity demonstrate a significant improvement in packaging quality, enhancing both the visual appeal and durability of the product. Based on these outcomes, it can be concluded that improvements in packaging not only strengthen the product's position in the local market but also open up potential for expansion into broader markets, highlighting the importance of technological adaptation in the traditional food industry.

Kata Kunci: *Puli Crackers, SMEs, Appeal, Packaging Management.*

PENDAHULUAN

Kerupuk merupakan salah satu produk pangan tradisional Indonesia yang sangat disukai oleh berbagai kalangan masyarakat dari segala usia dan status sosial ekonomi. Kerupuk biasanya dibuat dari tepung tapioka yang dicampur dengan berbagai bahan perasa seperti udang, ikan, atau bumbu lainnya. Di Indonesia, kerupuk dikenal dengan berbagai nama seperti krupuk atau kropoek, dan populer karena teksturnya yang garing dan renyah, menjadikannya baik sebagai camilan maupun pelengkap makanan tradisional seperti nasi goreng, gado-gado, rawon, soto, dan bubur ayam (Nur Istiqomah Dinnullah & Nurdin, 2018). Bahkan, beberapa masyarakat menggunakan kerupuk sebagai lauk sehari-hari, mencerminkan integrasi makanan ini dalam budaya kuliner lokal.

Salah satu jenis kerupuk yang sangat diminati adalah kerupuk puli. Kerupuk ini terbuat dari tepung tapioka dengan kandungan pati yang tinggi, memberikan berbagai bentuk, ukuran, rasa, dan manfaat nutrisi. Kerupuk puli tradisional biasanya berwarna kecokelatan, dengan bawang putih dan garam bleng sebagai penyedap alami. Popularitas kerupuk puli telah mendorong banyak usaha kecil dan menengah (UKM) untuk mengembangkan produksinya, membuka peluang ekonomi di daerah pedesaan. Contohnya, UKM milik Bapak Nyamin di Desa Ngampel, Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, yang memproduksi kerupuk puli untuk dijual secara langsung di rumah atau melalui toko dan warung lokal. Penjualan mingguan di toko dan warung biasanya habis, menunjukkan permintaan yang tinggi, sementara penjualan langsung dari rumah agak lebih rendah.

Proses produksi kerupuk puli melibatkan beberapa tahap penting: pembuatan adonan, pencetakan, penjemuran, dan penggorengan, dengan beras dan tepung tapioka sebagai bahan dasar utama. Waktu yang diperlukan untuk membuat adonan berkisar antara 35 hingga 40 menit. Bahan baku ini mudah didapat dan terjangkau, namun metode pengemasan yang masih manual menggunakan lilin menjadi hambatan signifikan. Pengemasan yang tidak menarik secara visual dapat menurunkan daya saing produk dalam pasar yang semakin kompetitif (Sundaygara et al., 2021).

Penelitian sebelumnya telah menunjukkan bahwa manajemen pengemasan yang efektif dapat meningkatkan nilai produk dan daya saing di pasar. Misalnya, studi oleh (Sundaygara et al., 2021) menunjukkan bahwa pelatihan pengemasan pada UKM kerupuk puli di Malang meningkatkan kualitas produk dan daya tarik konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan penjualan dan keuntungan (Sundaygara et al., 2021). Selain itu, penelitian oleh (Hamzah et al., 2024) menggaris bawahi pentingnya pendampingan dalam pengemasan untuk UKM di Pangandaran, yang menunjukkan peningkatan dalam penjualan setelah penerapan teknik pengemasan yang lebih baik (Hamzah et al., 2024).

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UKM Bapak Nyamin dalam manajemen pengemasan yang lebih efektif dan menarik. Dengan demikian, diharapkan kualitas kerupuk puli dapat ditingkatkan, menambah daya saing produk di pasar, meningkatkan penjualan, dan akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui peningkatan daya beli dan keberlanjutan UKM di daerah pedesaan.

METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 26 Agustus 2024 di Balai Desa Ngampel dan di kediaman Bapak Nyamin, pemilik usaha kerupuk puli, yang berlokasi di Desa Ngampel, RT 02, RW 02, Kecamatan Ngusikan, Kabupaten Jombang, Jawa Timur. Kegiatan ini dihadiri oleh beberapa anggota karang taruna Desa Ngampel, yang turut serta dalam pelatihan dan pendampingan.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini adalah pendekatan partisipatif, di mana tim pengabdian bersama-sama dengan peserta melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UKM kerupuk puli (Faqih & Asrorulloh, 2022). Khususnya dalam aspek manajemen pengemasan. Langkah-langkah yang diambil dalam metode ini untuk menyelesaikan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a) **Pendidikan Masyarakat:** Pendekatan ini melibatkan penyuluhan yang bertujuan meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pentingnya manajemen pengemasan yang baik. Penyuluhan diselenggarakan dengan metode ceramah dan diskusi interaktif, di mana pengetahuan dasar tentang bahan kemasan, standar kebersihan, dan regulasi pasar disampaikan kepada peserta. Pendekatan ini sejalan dengan upaya edukasi masyarakat untuk meningkatkan kualitas produk lokal melalui pemahaman teknologi pengemasan (Robiani & Apriani, 2024)
- b) **Difusi Ipteks:** Kegiatan ini mencakup sosialisasi penggunaan label dan kemasan pangan kepada pelaku UMKM sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas dan daya saing produk kerupuk. Tim pengabdian masyarakat memberikan pemahaman tentang pentingnya informasi pada label serta penggunaan kemasan yang sesuai standar keamanan dan estetika. Pendekatan ini mendukung edukasi teknologi tepat guna kepada UMKM agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas (Sellyna Wahyu, 2024).
- c) **Pelatihan:** Pelatihan dilakukan melalui pendekatan edukatif dan demonstratif untuk memberikan pemahaman kepada peserta mengenai berbagai jenis dan ukuran kemasan produk olahan. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual produk dengan memberikan pelatihan praktis terkait desain kemasan yang menarik dan sesuai standar pasar. Metode ini terbukti efektif dalam mendorong peningkatan kapasitas dan daya saing pelaku usaha lokal (Yessy Rosalina, 2025).

- d) **Mediasi:** Dalam pelaksanaan pengabdian, pendekatan mediasi digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul, khususnya dalam konteks konflik sosial di masyarakat. Tim pengabdian memfasilitasi proses identifikasi masalah, pemetaan kepentingan, hingga mencapai kesepakatan antara pihak-pihak yang terlibat. Kegiatan ini terbukti efektif meningkatkan pemahaman hukum, kepercayaan masyarakat terhadap penegak hukum, serta memperkuat harmoni social (Meilantara et al., 2024).
- e) **Advokasi:** Advokasi dalam kegiatan pengabdian dilakukan melalui pendampingan UMKM agar mampu memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk secara lebih luas melalui platform e-commerce. Tim pengabdian membantu peserta dalam hal pengelolaan akun bisnis digital, pembuatan konten promosi, dan pemanfaatan media sosial secara optimal. Pendekatan ini terbukti meningkatkan visibilitas produk dan memperluas jangkauan pasar UMKM (Kamil et al., 2022).

Kegiatan ini mengadopsi pendekatan partisipatif, di mana tim pengabdian dan peserta bersama-sama mengidentifikasi masalah dalam manajemen pengemasan UKM kerupuk puli. Setelah identifikasi, serangkaian pelatihan dan demonstrasi diadakan untuk meningkatkan kualitas pengemasan dengan alat-alat yang lebih modern dan estetik, dengan tujuan meningkatkan daya saing produk di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini menghasilkan beberapa capaian yang dirangkum dalam tabel 1 berikut:

Tabel 1. Hasil Kegiatan Pengabdian

NO	Kegiatan Pengabdian	Tanggal Pelaksanaan	Hasil Kegiatan
1	Pengenalan Pengemasan Produk	7 Agustus 2024	Kegiatan ini memberikan pengetahuan kepada mitra mengenai bahan dan alat yang dapat digunakan untuk mengemas produk kerupuk puli secara lebih baik.
2	Pelatihan Desain Merek Produk	10 Agustus 2024	Mitra memahami proses desain merek secara mudah dengan menggunakan aplikasi mobile <i>Canva</i>
3	Pelatihan Manajemen Pengemasan	15 Agustus 2024	Mitra memperoleh pemahaman tentang cara mengemas produk dengan baik dan menarik, sesuai standar pengemasan modern.
4	Pendampingan Desain Kemasan	18 Agustus 2024	Mitra telah mampu menggunakan aplikasi <i>Canva</i> secara mandiri untuk mendesain kemasan produk kerupuk puli yang lebih menarik dan profesional.
5	Evaluasi Kegiatan Bersama Tim & Mitra	25 Agustus 2024	Diskusi antara tim pengabdian dan mitra mengidentifikasi beberapa hambatan dalam monitoring dan evaluasi, namun masalah tersebut dapat diselesaikan secara kolektif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diikuti oleh sepuluh anggota Karang Taruna serta pemilik usaha kerupuk puli. Partisipasi peserta sangat aktif, yang terlihat dari antusiasme mereka dalam mengajukan pertanyaan untuk klarifikasi materi yang kurang dipahami (Sundaygara et al., 2021). Selain itu, pelatihan juga memberikan pengetahuan mengenai penggunaan aplikasi Canva untuk mendesain kemasan produk yang lebih menarik, baik secara visual maupun fungsional (Sholeh et al., 2023).

Secara keseluruhan, hasil kegiatan menunjukkan bahwa mitra dan karyawannya tidak hanya antusias dalam mengikuti pelatihan, seperti terlihat pada Gambar 2 dan 3, tetapi juga berhasil menerapkan keterampilan yang telah diperoleh, termasuk dalam pembuatan desain merek dan kemasan produk secara mandiri. Implementasi hasil pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik visual produk kerupuk puli, yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing di pasar dan memperluas jangkauan konsumen (Aryandi, 2020; Maulana Ismuputro, 2020).



Gambar 2. Pengemasan Produk Dengan Design Yang Baru



Gambar 3. Tampilan Design Kemasan yang baru

Hasil dari kegiatan pengabdian ini mengindikasikan adanya peningkatan kemampuan mitra dalam mengelola aspek pengemasan dan desain merek produk. Pengemasan produk yang sebelumnya dilakukan secara sederhana kini bertransformasi menjadi lebih menarik dengan memanfaatkan teknologi desain yang mudah diakses melalui aplikasi *Canva* (Sundaygara et al., 2021). Dengan pelatihan yang diberikan, mitra dapat menciptakan kemasan yang lebih profesional, sehingga meningkatkan nilai jual produk kerupuk puli.

Dalam jangka panjang, pengemasan yang baik dan merek yang menarik dapat berperan penting dalam meningkatkan daya saing UKM di pasar. Kemampuan mitra untuk secara mandiri mengelola desain kemasan menjadi salah satu indikator keberhasilan kegiatan ini. Selain itu, dengan evaluasi yang dilakukan secara berkala, setiap hambatan yang dihadapi dapat segera diidentifikasi dan diselesaikan secara kolektif.

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak positif yang nyata bagi pengembangan bisnis mitra. Beberapa dampak positif dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Dampak Positif Kegiatan Pengabdian

No	Masalah	Sebelum Kegiatan	Sesudah Kegiatan
1	Pengetahuan Pengemasan Produk	Mitra mengemas produk kerupuk puli dengan cara yang asal-asalan.	Mitra kini menggunakan plastik vakum dalam proses pengemasan produknya.
2	Keterampilan Mitra	Mitra tidak memahami cara membuat desain merek produk.	Mitra mampu membuat desain merek produk sederhana secara mandiri.
3	Desain Kemasan Produk	Produk kurang menarik karena belum menerapkan desain yang bagus.	Produk kerupuk terlihat lebih menarik dengan desain kemasan yang lebih baik.

Berdasarkan evaluasi dan monitoring yang dilakukan setelah kegiatan pengabdian ini, Mitra menghadapi beberapa tantangan dalam pengembangan usahanya. Pertama, desain kemasan yang dibuat menggunakan Canva masih tampak kurang rapi dan kurang profesional. Kedua, tingginya kandungan minyak pada kerupuk menyulitkan proses pengemasan. Ketiga, persaingan di sektor kuliner semakin ketat, sementara mitra belum memanfaatkan pemasaran online untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Melalui diskusi antara mitra dan tim pengabdian, disepakati sejumlah solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Mitra akan mempelajari kembali teknik desain kemasan agar lebih menarik dan profesional. Untuk mengurangi kandungan minyak pada kerupuk, mitra telah memesan alat peniris minyak guna mempermudah proses pengemasan. Selain itu, pelatihan pemasaran online akan diberikan pada kegiatan pengabdian lanjutan, sehingga mitra dapat memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan daya saing di pasar.

Dengan demikian, kegiatan ini telah memberikan fondasi yang kuat untuk meningkatkan kualitas produk dan pengemasan, serta memperkuat daya saing bisnis mitra di pasar yang semakin kompetitif.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mitra dalam pengelolaan pengemasan produk menjadi lebih efektif dan estetis. Dengan pemanfaatan aplikasi Canva, mitra mampu secara otonom menciptakan desain merek dan kemasan produk, termasuk kerupuk puli, yang lebih menarik dan profesional. Meskipun beberapa tantangan muncul selama proses monitoring dan evaluasi, semua hambatan berhasil diatasi melalui pendekatan kolaboratif dalam diskusi bersama. Secara umum, kegiatan ini terbukti efektif dalam membantu mitra untuk memahami dan menerapkan teknik pengemasan yang lebih canggih, meningkatkan daya saing produk di pasar, dan menambah nilai estetika yang memikat bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryandi, J. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Dan Bisnis (JMMIB)*, 1, 117-127.
- Faqih & Asrorulloh. (2022). Pendampingan dan Pemberdayaan Masyarakat Terhadap UMKM Kerupuk Puli dan Kopi Jahe di Desa Apaan Kecamatan Pangarengan Kabupaten Sampang. *Al-Khidmah Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 47-59.
- Hamzah, R. A., Komaludin, A., Tirtana, D., & Rudiana, D. (2024). Bimtek Strategi Pemasaran Melalui Peningkatan Kualitas dan Pengemasan Produk Abon Ikan di Desa Karangjaladri Kabupaten Pangandaran. In *Maret* (Vol. 6, Issue 1).
- Kamil, I., Bakri, A. A., Salingkat, S., Ardenny, A., Tahirs, J. P., & Alfiana, A. (2022). Pendampingan UMKM melalui Pemanfaatan Digital Marketing pada Platform E-Commerce. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(2), 517-526. <https://doi.org/10.37680/amalee.v3i2.2782>
- Maulana Ismuputro, R. (2020). Peran Citra Merek, Harga Dan Kemasan terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Aqua. In *Jurnal Ilmu Manajemen* (Vol. 8).
- Meilantara, H., Tri, B., Adi, S., Sukmana, O., Salviana, V., Soedarwo, D., Program, M., Sosiologi, D., Malang, U. M., & Program, D. (2024). *Peran Lembaga Kepolisian dalam Menjaga Ketertiban dan Keamanan Masyarakat di Kebun Sawit, Kalimantan Tengah* (Vol. 5, Issue 3). <https://madaniya.biz.id/journals/contents/article/view/904>
- Nur Istiqomah Dinnullah, R., & Nurdin, S. (2018). Packing Process Dalam Pelatihan Kemandirian Ukm Kerupuk Bawang Sebagai Upaya Peningkatan Pemasaran Produk. In *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* (Vol. 6, Issue 2).
- Robiani, B., & Apriani, D. (2024). *Peningkatan Kualitas Packaging Produk UMKM Untuk Meningkatkan Penjualan di Desa Sungsang* 4. <https://doi.org/https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.973>
- Sellyna Wahyu, H. M. (2024). Sosialisasi Label dan Kemasan Pangan Kepada UMKM Kerupuk Samiler di Desa Kedungudi, Mojokerto. *DIANDRA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3, 27-32.
- Sholeh, M., Suraya, S., & Rachmawati, Rr. Y. (2023). Penggunaan Aplikasi Canva Sebagai Desai Konten Promosi Bagi Pelaku UMKM. *Abdimas Altruis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 107-113. <https://doi.org/10.24071/aa.v6i2.6667>
- Sundaygara, C., Nur, R., & Dinnullah, I. (2021). *Peningkatan Usaha UKM Kerupuk Puli Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Manajemen Pengemasan Produk* (Vol. 3, Issue 2).
- Yessy Rosalina, F. F. S. (2025). Pelatihan dan Edukasi Berbagai Jenis Dan Ukuran Kemasan Produk Olahan Meningkatkan Nilai Jual Produk. *JPM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5. <https://doi.org/DOI:10.47065/jpm.v5i3.2237>