

# Peningkatan Nilai Jual Melalui Kemasan Produk UMKM Olahan Kacang Bawang di Pekon Sudimoro Kecamatan Semaka

Kusnadi<sup>1)\*</sup>, Eka Sariningsih<sup>2)</sup>, Hardini Ariningrum<sup>3)</sup>, Indah Lia Puspita<sup>4)</sup>, Satria Abadi<sup>5)</sup>

<sup>1)</sup>kusnadi@malhayati.ac.id

<sup>1234)</sup>Universitas Malahayati Lampung

Jl. Pramuka No.27, Kemiling Permai, Kec. Kemiling, Kota Bandar Lampung, Lampung 35152

<sup>5)</sup>Intitut Bakti Nusantara Lampung

Jl. Wisma Rini, No.09 Pringsewu, Lampung

Article history:

## ABSTRACT

Received: November 13, 2024

Revised: November 13, 2024

Accepted: November 13, 2024

Available online: November 13, 2024

Keywords:

Nilai Jual;  
Kemasan produk;  
UMKM;  
Kacang bawang;  
Makanan;

Produk kacang bawang sebagai salah satu cemilan yang dijual, memiliki rasa yang khas juga memiliki kandungan gizi yang cukup baik untuk kesehatan tubuh, hal ini karena kacang tanah memiliki beberapa kandungan nutrisi. Namun, sebagian besar produk olahan kacang bawang masih dijual dalam bentuk sederhana, tanpa pengemasan yang menarik atau sesuai standar pasar, sehingga harganya pun relatif rendah. Oleh karena itu pengemasan produk adalah salah satu aspek penting dalam rantai pemasaran untuk meningkatkan nilai jual produk dalam era persaingan pasar saat ini. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan UMKM produk olahan kacang dalam pengemasan produk untuk meningkatkan daya saing produk olahan kacang bawang di pasar lokal maupun regional. Peningkatan dalam kemasan dan penjualan ini akan membantu mengenalkan produk kacang bawang ke pasar yang lebih luas dan memberikan peluang pemasaran yang lebih besar.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah tulang punggung perekonomian nasional yang telah terbukti mampu menggerakkan perekonomian masyarakat dan menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar di Indonesia. (Jaya et al., 2023). Namun banyak kendala yang dihadapi oleh UMKM yang signifikan mempengaruhi pertumbuhan dan sustainability UMKM. Salah satu masalah yang sering dihadapi oleh UMKM adalah kemasan yang masih sederhana. (Jatiningrum et al, 2021). Perlu diakui bahwa produk-produk yang dihasilkan oleh UMKM memiliki cita rasa yang sangat enak dan tidak kalah dengan produk yang dihasilkan oleh manufaktur. Kemasan produk UMKM yang sederhana membuat penampilannya kurang menarik. Hal inilah yang menyebabkan produk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) jangkauan pasarnya terbatas, sulit bersaing dipasaran apalagi pasar moderen (Trisna et al, 2021).

\* Corresponding author

Cemilan kacang bawang sangat digemari oleh berbagai kalangan masyarakat, hal ini menjadikan peluang untuk mendirikan usaha kacang bawang. Modal yang dibutuhkan tidak besar dan ketersediaan bahan baku yang cukup melimpah menjadi keuntungan bagi pengusaha kacang bawang (Anggraini, 2022).

Hasil observasi awal tim pengabdian mengumpulkan beberapa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM pengolahan kacang di Pekon Sidomoro yaitu: 1) kendala yang biasa dihadapi dalam pengembangan usaha ini antara lain produksi pengolahan kacang bawang yang efektif 2) kemasan produk yang masih belum memiliki nilai jual. Sebagian besar masyarakat Pekon Sudimoro masih belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam hal pengemasan produk olahan kacang bawang. 3) pemasaran produk yang belum luas. Pemasaran produk kacang bawang masih belum menggunakan media sosial dan pemasaran yang luas. Kendala dalam usaha ini tidak akan menyurutkan keuntungan yang diperoleh, karena dengan adanya industri-industri kecil mampu membuka peluang bagi masyarakat, sehingga dapat memberdayakan Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada sebagai tenaga kerja yang efektif dan efisien. akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Namun, Kondisi ini menjadi tantangan tersendiri bagi masyarakat Pekon Sudimoro, terutama dalam upaya meningkatkan pendapatan keluarga. Produk olahan kacang bawang yang memiliki kualitas baik sering kali kalah bersaing dengan produk serupa dari daerah lain yang memiliki pengemasan lebih baik. Oleh karena itu, peningkatan keterampilan dalam pengemasan produk menjadi sangat penting untuk meningkatkan daya saing produk olahan kacang bawang di pasar lokal maupun regional. (fadhli et al, 2024). Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan keterampilan dalam kemasan produk yang menarik dan pemasaran produk kacang bawang agar dapat meningkatkan penjualan.

## **METODE PENELITIAN**

Kegiatan pengabdian ini dilakukan dengan metode penyuluhan dan pelatihan dan praktek langsung dengan kelompok sasaran yaitu para pengusaha UMKM olahan kacang bawang yang memiliki usaha dan telah produksi olahan kacang bawang. Dimana peserta kegiatan adalah kelompok masyarakat yang memiliki usaha home industri maupun UMKM.

Kegiatan ini dilakukan oleh Tim Pengabdian masyarakat yang terdiri dari Dosen atau pakar dari perguruan tinggi Universitas Malahayati Lampung dan Institut Bakti Nusantara. Pelaksanaan sejak dimulai sampai dengan akhir yaitu evaluasi selama 4 bulan, dimulai bulan Maret- Juni 2024. Kegiatan ini dilaksanakan di Aula Pekon Sudimoro Kecamatan Semaka Tanggamus. Peserta kegiatan adalah para pelaku UMKM olahan kacang bawang di Pekon Sidomoro.

Pelaksanaan program pengabdian kepada masyarakat ini melalui beberapa tahapan, sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan, pada tahap persiapan ini di lakukan kegiatan seperti, observasi peluang dan permasalahan yang di hadapi, berkoordinasi dan berdiskusi dengan jajarahan kelurahan serta menentukan hari dan tempat pelaksanaan.
2. Tahap Pelaksanaan, pada Tahap pelaksanaan di lakukan dengan memberikan materi yang telah di persiapkan oleh tim pengabdian. Materi yang di sampaikan berupa materi edukasi tentang peran masyarakat dalam mengolah kacang bawang bagi peningkatan pendapatan rumah tangga. Kemudian di lanjutkan bagaimana mengolah kacang bawang yang efektif dan efisien dan mempraktikkan langsung bagaimana pengemasan yang dapat meningkatkan nilai jual Produk camilan kacang bawang ini akan menjadi produk nilai jual yang mampu berkompetisi dengan produsen lainnya.
3. Tahapan Tanya Jawab, diskusi dilakukan agar peserta lebih memahami materi yang di

sampaikan, Melalui diskusi, sosialisasi tidak hanya sekedar transfer *knowledge* saja, melainkan dapat di praktikkan langsung dalam keterampilan untuk membuat kacang bawang yang lezat dan pengemasan yang menarik yang akan disukai oleh masyarakat pada umumnya.

4. Tahap Evaluasi, evaluasi dilakukan untuk mengkaji atau menilai pelaksanaan kegiatan dengan tujuan memperbaiki atau menyempurnakan hasil produk yang di buat dan bernilai ekonomis serta bernilai jual tinggi.

Berikut ini adalah tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian, dengan melaksanakan pengabdian kepada masyarakat ini, diharapkan dapat meningkatkan inovasi dan motivasi masyarakat dan kepekaan akan hasil pertanian kacang tanah dan masalah-masalah yang ada pada sekitar masyarakat yang dapat meningkatkan pendapatan yang bernilai ekonominya.

**Tabel 1. Tahap Pelaksanaan Kegiatan**

No.	Tahapan	Bulan			
		Maret	April	Mei	Juni
1.	Perencanaan				
2.	Workshop				
3.	Pelatihan				
4.	Pendampingan				
5.	Evaluasi dan Pelaporan				

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dalam produksi olahan kacang bawang yang efisien dan efektif. Selain itu memberikan keterampilan dalam pengemasan produk dan memperluas pemasaran produk UMKM olahan kacang bawang di Pekon Sudimoro, sehingga produk tersebut memiliki daya saing lebih tinggi dan dapat berkontribusi pada peningkatan pendapatan keluarga.

Berikut ini adalah kegiatan produksi UMKM olahan kacang bawang di pekon Sidomor yang masih konvensional.



**Gambar 1. Produksi dan Produk UMKM Olahan Kacang Bawang Pekon Sidomoro**

### **Pentingnya Pengemasan untuk Daya Saing Produk**

Dari hasil kegiatan ini, dapat dilihat bahwa pengemasan produk bukan hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga memiliki peran penting dalam pemasaran produk. Kemasan yang menarik membantu menciptakan persepsi positif dari konsumen terhadap kualitas produk. Produk kacang bawang yang dihasilkan di Pekon Sudimoro sebelumnya hanya menggunakan kemasan sederhana sehingga terlihat kurang menarik, dan ini berdampak pada harga jual yang lebih rendah. Dengan pelatihan ini, masyarakat mulai memahami bahwa pengemasan yang menarik tidak hanya meningkatkan nilai estetika tetapi juga berkontribusi langsung terhadap peningkatan nilai jual produk.



**Gambar 2. Produk Kemasan olahan Kacang Bawang yang memiliki nilai jual**

### **Peningkatan Pengetahuan Masyarakat dalam Pemasaran Digital**

Pelatihan ini juga memberikan pengetahuan baru kepada masyarakat tentang pentingnya

pemasaran digital. Sebagian besar masyarakat Pekon Sudimoro masih terbiasa dengan cara pemasaran tradisional, sehingga produk mereka hanya terbatas pada pasar lokal. Setelah mendapatkan pelatihan, masyarakat mulai memahami bahwa dengan memanfaatkan media sosial, mereka bisa menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini memberikan kesempatan bagi produk kacang bawang untuk dikenalkan ke wilayah yang lebih besar dan memperluas target konsumen. Selain itu, pemasaran digital juga memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan konsumen, mendapatkan masukan, serta mempelajari tren pasar. Ini sangat penting karena di tengah persaingan pasar yang ketat, produk yang dapat memenuhi preferensi konsumen memiliki peluang lebih besar untuk sukses.

### **Tantangan dalam Penerapan Pengetahuan Baru**

Meskipun pelatihan ini memberikan manfaat yang signifikan, ada beberapa tantangan yang perlu diatasi agar hasil kegiatan ini bisa memberikan dampak jangka panjang yaitu:

- a) Akses terhadap Bahan Kemasan Berkualitas: Keterbatasan akses terhadap sumber daya kemasan berkualitas menjadi salah satu kendala yang dihadapi masyarakat. Daerah pedesaan seperti Pekon Sudimoro mungkin tidak memiliki pemasok bahan kemasan yang sesuai standar. Ini memerlukan kerja sama lebih lanjut dengan pemasok atau pemerintah setempat untuk menyediakan akses yang lebih baik terhadap sumber daya ini.
- b) Keterbatasan modal dalam olahan kacang bawang di pekon Sidomoro. Masih minimnya modal yang dimiliki membuat para pelaku usaha UMKM olahan kacang bawang memerlukan solusi dalam menambah modal dan peningkatan hasil produksi.
- c) Adaptasi dengan Teknologi Pemasaran Digital: Bagi sebagian besar masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi pemasaran digital, memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran menjadi tantangan tersendiri. Masyarakat perlu waktu dan dukungan tambahan agar bisa terbiasa dan memahami cara memaksimalkan penggunaan media sosial untuk pemasaran produk. Diperlukan pelatihan lanjutan serta pendampingan berkelanjutan agar kemampuan ini bisa diterapkan secara optimal.

### **Dampak Sosial dan Ekonomi bagi Masyarakat**

Hasil kegiatan ini memberikan dampak positif terhadap kesejahteraan sosial dan ekonomi masyarakat. Dengan keterampilan yang baru diperoleh, masyarakat Pekon Sudimoro kini memiliki potensi untuk mengembangkan usaha mereka dengan cara yang lebih profesional. Selain meningkatkan kualitas produk kacang bawang, kegiatan ini juga membuka kesempatan kerja lebih banyak, khususnya di bidang produksi dan pemasaran, yang pada akhirnya dapat meningkatkan pendapatan keluarga.

Masyarakat juga menjadi lebih mandiri dalam mengelola usaha kecil mereka, dengan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pemasaran dan pengemasan. Hal ini sejalan dengan tujuan pemberdayaan masyarakat, di mana mereka didorong untuk mengoptimalkan potensi lokal secara mandiri. Dengan adanya pendampingan, masyarakat dapat mengatasi kendala yang dihadapi dan memaksimalkan hasil dari pelatihan ini.

Evaluasi hasil kegiatan pengabdian masyarakat ini, yang telah diperoleh dari para peserta yang mengisi angket menunjukkan beberapa hal yang patut dibahas lebih mendalam, khususnya terkait efektivitas pelatihan, dampak langsung bagi masyarakat, dan tantangan dalam penerapan hasil pelatihan.

Berikut ini adalah hasil evaluasi kegiatan pengabdian yaitu peserta UMKM olahan kacang bawang di Pekon Sidomoro menghasilkan evaluasi : 85% peserta kegiatan melaporkan memiliki

pengetahuan dari ikut kegiatan ini, 78% peserta kegiatan melaporkan akan menerapkan hasil kegiatan ini untuk usaha yang akan dijalani, dan 70% peserta menyatakan sangat antusias dalam mengikuti kegiatan dan menambah pengetahuan baru.

Dengan demikian untuk memastikan keberlanjutan dan perkembangan dari hasil kegiatan ini, beberapa saran yang dapat diberikan antara lain:

UMKM olahan kacang bawang di Pekon Sudimoro dapat menjalin kerja sama dengan toko oleh-oleh, pusat perbelanjaan, atau distributor produk lokal untuk memperluas jaringan pemasaran. Kolaborasi ini akan membantu mengenalkan produk kacang bawang ke pasar yang lebih luas dan memberikan peluang pemasaran yang lebih besar.

Diperlukan pelatihan tambahan mengenai pemanfaatan teknologi yang dapat mendukung usaha, seperti desain label kemasan dan penggunaan alat sederhana untuk proses produksi. Hal ini akan membantu masyarakat dalam menciptakan produk dengan kualitas yang lebih baik dan menarik di pasar.

Perlu diadakan pelatihan lanjutan untuk mendalami pemasaran digital dan pengemasan produk, agar keterampilan ini semakin berkembang

## CONCLUSION

Berdasarkan hasil kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan di Pekon Sudimoro, beberapa kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

Masyarakat kini lebih memahami pentingnya pengemasan yang menarik dan sesuai standar pasar untuk meningkatkan nilai jual dan daya tarik produk.

Masyarakat mulai mengenal pentingnya memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif.

Keterampilan baru yang diperoleh berpotensi meningkatkan pendapatan keluarga melalui usaha yang lebih profesional dan menarik bagi konsumen. Produk kacang bawang yang dikemas secara baik dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memperoleh harga jual yang lebih tinggi, sehingga berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Dengan kemampuan yang meningkat dalam mengelola usaha kecil, masyarakat lebih mandiri dan siap menghadapi tantangan usaha, serta mampu mengoptimalkan potensi lokal yang ada.

## REFERENSI

- Anggraini, S. P. A. (2022). KELOMPOK USAHA KACANG BAWANG DAN KACANG OVEN UNTUK MENINGKATKAN PEREKONOMIAN KELUARGA. *JAST : Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 1(1), 1–7. <https://doi.org/10.33366/jast.v1i1.716>
- Anis, S., & Rosidah. (2020). PENGOLAHAN DAN PEMASARAN ANEKA KACANG DI KOTA SEMARANG. *Rekayasa*, 16(1), 105–112.
- Fadhli, K., Rahmawati, I., Widyaningsih, B., Nazila, L. R., Dhiyaaulhaq, N., & Islam, A. B. A. (2024). PENINGKATAN PENDAPATAN KELUARGA MELALUI PELATIHAN WIRUSAHA PRODUK OLAHAN MAKANAN. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 1–8. <https://doi.org/10.32764/abdimasekon.v5i1.3135>
- Jatiningrum, C, Muharlisiani L.T., Rahayu S., Ramadhani, A. N. (2021). Pengembangan UMKM Melalui Peningkatan Pemasaran Produk Kripik Tempe di Desa Wonoharjo

Kabupaten Tanggamus. *NEAR* Jurnal pengabdian 1(1).

- Jaya I, Jatiningrum. C., Gumanti, M. (2023). [Pelatihan Digital Enterpreneurship untuk Meningkatkan Kemampuan Berwirausaha bagi Generasi Muda pada SMK Miftahul Falah Sinar Mulya Kabupaten Pringsewu](#). *NEAR: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 3 (1), 89-95.
- Perancang, A. T. (2024). *PERANCANGAN MEDIA IKLAN UMKM CNF OFFICIAL*. Pokhrel, S. (2024). ANALISIS USAHA INDUSTRI KACANG BAWANG DISENTRA IKM SURYATMAJAN, DANUREJAN, KOTA YOGYAKARTA, D.I. YOGYAKARTA. *Ayan*, 15(1), 37–48.
- Putri, D. P. S., Subarman, K., & Supono, I. (2023). Perancangan Harga Pokok Produksi UMKM Kacang Bawang Metode Full Costing Berbasis Excel. *Briliant: Jurnal Riset Dan Konseptual*, 8(1), 252. <https://doi.org/10.28926/briliant.v8i1.1108>
- Simbolon, F. J., & Sinaga, E. V. (2020). NILAI TAMBAH KACANG TANAH MENJADI TING-TING KACANG (Studi Kasus: Desa Sukadamai, Kecamatan Sei Baman, Kabupaten Serdang Bedagai). *Majalah Ilmiah METHODODA*, 10(3), 139–148. <https://ejurnal.methodist.ac.id/index.php/methoda/article/view/100>
- Trisnawati, T, Yuliana, E, Jatiningrum, C., Maseleno, A. (2021). [Pendampingan Pemasaran UKM Kain Perca Pekon Bandung Baru Berbasis Media Sosial Facebook](#). *Jurnal PkM Pemberdayaan Masyarakat* 2 (3), 102-108.
- Wulan Suci R, 2023. (2023). *SURYA AGRITAMA Volume 12 Nomor 2 September Tahun 2023*. 12(2), 314–329.