

Pengembangan Kewirausahaan bagi Kelompok Usaha Dasawisma Alpukat 2 Wirobrajan melalui Teknik Pengemasan dan Foto Produk

Fitri Juniwati Ayuningtyas^{1*}, Nur Puji Rahayu²

Universitas Amikom Yogyakarta, Indonesia

e-mail: ^{1*}f.ayuningtyas@amikom.ac.id, ²nur.rahayu@students.amikom.ac.id

Abstrak

Tujuan program pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk membantu kelompok usaha Dasawisma Alpukat 2 dalam memperluas target pasar, meningkatkan kualitas dan omset penjualan produk melalui teknik pengemasan dan foto produk. Dalam menjalankan kegiatan usahanya, mitra dihadapi dengan berbagai permasalahan diantaranya produk belum memiliki *brand* usaha dan kemasan yang baik serta belum memahami strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan foto produk, kemasan, dan logo. Dengan demikian, diperlukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut melalui kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengemasan produk yang menarik dan higienis, serta pelatihan foto produk dengan menggunakan *smartphone*. Target luaran yang dihasilkan dari kegiatan ini adalah mitra memiliki logo dan label usaha baru sebagai branding dengan desain kemasan produk yang lebih rapi, unik, dan higienis. Hasil dari kegiatan ini adalah sebesar 80 persen peserta memiliki pemahaman dan keterampilan yang baik dalam mengimplementasikan teknik pengemasan dan foto produk dengan *smartphone* untuk menunjang pemasaran digital.

Kata Kunci: Ekonomi Produktif, Brand, Pemasaran Digital

Abstract

The aim of this community service program is to assist the Dasawisma Alpukat 2 business group in expanding its target market, increasing product quality and sales turnover through packaging techniques and product photography. In carrying out their business activities, partners are faced with various problems, including the product not having a business brand and good packaging and not understanding digital marketing strategies by utilizing product photos, packaging and logos. Thus, a solution is needed to overcome this problem through socialization activities and training on attractive and hygienic product packaging, as well as training on product photos using smartphones. The target output resulting from this activity is for partners to have a new business logo and label as branding with a product packaging design that is neater, unique and hygienic. The result of this activity was that 80 percent of participants had good understanding and skills in implementing packaging techniques and product photography with smartphones to support digital marketing.

Keywords: Productive Economic, Brand, Digital Marketing



Pendahuluan

Salah satu cara untuk mempertahankan hidup seseorang adalah dengan berwirausaha. Konsep berwirausaha bisa bermacam-macam, misalnya pengusaha yang membuat produk sendiri kemudian menjualnya atau pengusaha yang menjadi *reseller* yaitu menjual kembali produk milik penjual lain. Pengusaha identik juga dengan wirausahawan yang keduanya dilindungi oleh perundang-undangan karena merupakan hak setiap warga negara. Pernyataan tersebut terangkum dalam UUD 1945 yang mengemukakan bahwa setiap warga negara berhak mendapatkan penghidupan yang layak. Oleh karena itu, pemerintah melakukan upaya untuk menumbuhkembangkan sikap kewirausahaan pada setiap elemen masyarakat, termasuk pada PKK (Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga) (Setiawan, dkk, 2021). Kewirausahaan adalah suatu proses kegiatan untuk menciptakan sesuatu yang memiliki nilai tambah serta dapat memberikan manfaat bagi orang lain yang disertai dengan tenggang waktu, modal, sumber daya dan juga resiko (Leonardus, 2014). Tujuan berwirausaha antara lain 1) membuka lapangan pekerjaan baru bagi orang lain dan membantu orang lain menjadi seorang pengusaha mandiri; 2) menciptakan jaringan bisnis baru yang dapat menyerap banyak tenaga kerja di lingkungan sekitar; 3) meningkatkan kesejahteraan hidup keluarga dan masyarakat sekitar terhadap usaha yang dijalankan; 4) memberikan motivasi serta mengembangkan semangat berwirausaha kepada orang lain; dan 5) membantu para pengusaha untuk berkreasi dan berinovasi.

Terbentuknya organisasi masyarakat seperti PKK dan dasawisma diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan keluarga adalah melalui pengembangan kewirausahaan bagi para anggota dasawisma. Dasawisma merupakan suatu kelompok organisasi yang beranggotakan 10 - 20 kepala keluarga (KK) dalam satu RT. Kelompok dasawisma dipimpin oleh seorang ketua yang memiliki tanggung jawab atas tugas pokok untuk membantu program Pemberdayaan dan Kesejahteraan Keluarga (PKK) di tingkat desa/ kelurahan yang kemudian dapat berdampak pada kegiatan PKK di tingkat kecamatan dan kabupaten. Dasawisma memiliki peranan penting bagi PKK untuk mewujudkan peningkatan kualitas hidup masyarakat, peningkatan kualitas kesehatan dan ekonomi, serta mensukseskan 10 program PKK (Setyowati & Rahayu, 2020). Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan PKK yang meliputi (1) Penghayatan dan Pengamalan Pancasila, (2) Gotong Royong, (3) Pangan, (4) Sandang, (5) Perumahan dan Tata Laksana Rumah Tangga, (6) Pendidikan dan Keterampilan, (7) Kesehatan, (8) Pengembangan Kehidupan Berkoperasi, (9) Kelestarian Lingkungan Hidup dan (10) Perencanaan Sehat (Permendagri, 2013).

Dasawisma Alpukat 2 Wirobrajan, Yogyakarta sebagai bagian dari organisasi masyarakat memiliki potensi dan peluang untuk dapat lebih berkembang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui usaha ekonomi produktif yang dihasilkan oleh ibu-ibu anggota dasawisma. Berbagai usaha yang dijalankan oleh ibu-ibu anggota dasawisma cukup beragam di bidang masing-masing antara lain dengan

berjualan makanan dan minuman, membuka warung sembako, angkringan hingga menjual barang-barang *branded*. Keterampilan dalam membuat olahan makanan dimiliki oleh sebagian besar anggota dasawisma ini sehingga sangat berpotensi untuk dapat dikembangkan. Peluang untuk membuka usaha sendiri masih menjadi hambatan utama karena masih sangat terbatasnya pengetahuan dan pemahaman mengenai pengembangan kewirausahaan, sementara itu dukungan sarana prasarana untuk memproduksi juga masih belum tersedia.

Pandemi Covid-19 juga menjadi penyebab menurunnya usaha di bidang makanan. Pengusaha yang masih terpaku dengan berjualan *offline* di masa pandemi akan tertinggal jauh bahkan penjualannya menjadi kurang laku sehingga menyebabkan kerugian (Supriatin & Restiyani, 2021). Kondisi ini berdampak pada penurunan omzet penjualan dan keuntungan bagi penjual yang berakibat kemunduran perekonomian serta kesulitan keuangan. Pelaku usaha kelompok Dasawisma Alpukat 2 juga belum memiliki kemasan produk berlabel. Label dan kemasan produk merupakan bagian dari strategi promosi yang harus dimiliki oleh pelaku usaha. Hal ini melatarbelakangi pelaku usaha untuk melakukan inovasi terhadap sistem penjualan dari sisi produksi, pemasaran, dan manajemen usaha. Tantangan bagi mitra sendiri adalah mitra juga harus dapat mengalihkan penjualannya melalui *online* dengan memanfaatkan peluang *digital marketing*. Dengan demikian mitra sangat membutuhkan beberapa materi promosi untuk usahanya seperti poster penjualan, logo usaha, label kemasan, serta *packaging*. Kemasan memiliki daya tarik untuk dapat menarik minat calon konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk (Lupita, dkk, 2014). Produk yang dikemas secara eksklusif akan meningkatkan daya jual produk tersebut (Verdiany, dkk, 2014).

Sejalan dengan permasalahan-permasalahan yang telah diuraikan, maka tim pengabdian masyarakat Program Studi Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta merancang beberapa kegiatan untuk memberikan solusi atas permasalahan tersebut. Kegiatan ini terangkum dalam program pengabdian masyarakat mengenai pengembangan kewirausahaan yang diwujudkan dalam bentuk usaha ekonomi produktif untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan keluarga. Tujuan diselenggarakannya program kegiatan ini adalah untuk memberikan pengetahuan, pemahaman, serta keterampilan mitra dalam menguasai teknik pengemasan dan foto produk dengan menggunakan *smartphone*. Kegiatan ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mitra antara lain mitra memperoleh pengetahuan tentang peluang usaha *home industry* yang cocok dan tepat untuk dijalankan oleh para ibu anggota kelompok dasawisma, mengetahui dan memahami berbagai jenis kemasan yang tepat digunakan untuk produk makanan, terampil dalam mengemas produk dengan lebih rapi, menarik, dan higienis, menghasilkan berbagai foto produk yang lebih menarik serta estetik untuk kebutuhan promosi usaha.

Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat diawali dengan proses penjangkaran peserta terlebih dahulu. Tahap penjangkaran peserta yang dilakukan mencakup jenis usaha yang telah

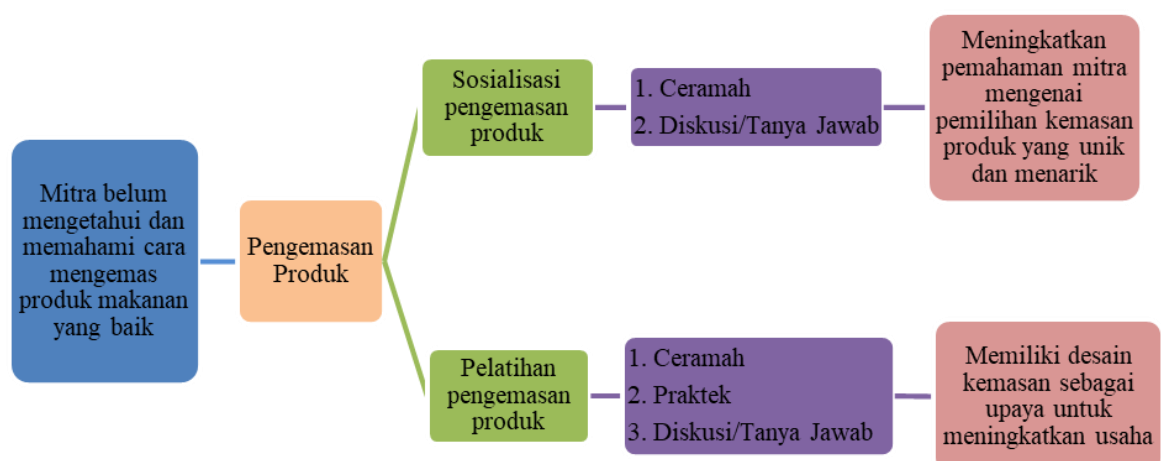
dijalankan oleh ibu-ibu anggota kelompok Dasawisma Alpukat 2, kebutuhan untuk menunjang usaha, serta rencana kegiatan yang akan dilakukan oleh tim dan mitra. Pendataan peserta dilakukan secara *online* dengan lebih memfokuskan peserta yang memiliki atau akan mendirikan usaha. Selanjutnya tim pelaksana melakukan verifikasi terhadap kebutuhan peserta untuk menentukan metode serta alat yang akan digunakan dalam kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Berbagai peralatan yang disiapkan antara lain contoh kemasan dengan berbagai jenis serta ukuran, varian produk UMKM dengan labeling dan kemasan yang unik dan menarik, studio mini foto untuk kepentingan foto produk. Selain itu tim juga telah menyiapkan tempat yang akan digunakan untuk kegiatan *workshop* dan diskusi serta pemateri yang akan mengisi pada kegiatan sosialisasi dan pelatihan. Hal ini dilakukan guna memperoleh data-data yang akurat dan tepat sehingga kegiatan dapat berjalan sesuai dengan yang telah direncanakan.

Dasawisma Alpukat 2 memiliki beberapa produk hasil olahan makanan yang rencananya akan dijadikan sebagai usaha bersama sehingga dibutuhkan gambaran pelaksanaan kegiatan. Metode pelaksanaan kegiatan berupa ceramah dan demonstrasi, diskusi/tanya jawab, serta praktek. Ukuran keberhasilan pemahaman peserta selama mengikuti kegiatan didasarkan pada indikator berikut:

1. Seberapa besar peserta mengetahui jenis-jenis kemasan untuk produk olahan makanan;
2. Seberapa besar peserta memahami teknik pengemasan yang rapi, menarik, dan higienis khususnya untuk produk olahan makanan;
3. Seberapa besar peserta mengetahui properti yang digunakan untuk melakukan foto produk;
4. Seberapa besar peserta memahami penggunaan *smartphone* untuk menampilkan foto produk yang estetik.

Selanjutnya, gambaran proses dan tahapan pelaksanaan program pengabdian masyarakat yang secara rinci tertuang dalam gambar 1.

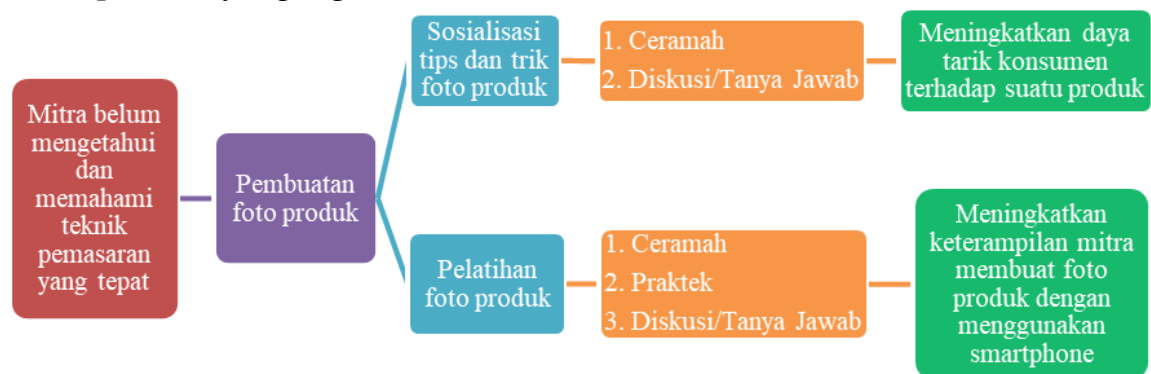
1. Pengemasan produk masih sederhana



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Bidang Produksi

Permasalahan dibidang produksi berhubungan dengan bagaimana mengemas produk makanan dengan lebih menarik, rapi, serta higienis. Pemilihan kemasan sangat penting dikarenakan kemasan tidak sekedar sebagai wadah makanan saja, namun juga sebagai pelindung produk agar makanan tetap higienis dan tahan lama. Kegiatan diawali dengan memberikan edukasi tentang pemilihan kemasan produk makanan yang baik dan tepat melalui metode ceramah dan diskusi/tanya jawab. Kegiatan kemudian dilanjutkan dengan pelatihan pengemasan produk yang melibatkan seluruh tim pengabdian masyarakat beserta seluruh peserta yang hadir dengan metode praktek selain ceramah dan diskusi/tanya jawab. Peserta diajarkan bagaimana mengemas produk makanan dengan berbagai jenis kemasan seperti menggunakan *standing pouch*, aluminium foil, box karton, *paper bowl*, dan kertas kraft.

2. Media promosi yang digunakan masih konvensional



Gambar 2. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan Bidang Pemasaran

Permasalahan di bidang pemasaran lebih berfokus pada strategi pemasaran *online* melalui ketepatan pengambilan foto produk serta desain logo usaha. Metode dalam kegiatan ini mencakup ceramah, praktek, dan diskusi/tanya jawab yang ditunjukkan pada gambar 2. Peserta diajarkan mengenai tips dan trik menghasilkan foto produk yang berkualitas dan menarik. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam teknik foto produk adalah penggunaan kamera *smartphone* dengan tepat, posisi pencahayaan harus memperhatikan arah cahaya, peralatan dan properti foto produk, *angle* foto, serta editing foto agar terlihat lebih estetik. Pelatihan berikutnya adalah desain logo atau brand untuk usaha Dasawisma Alpukat 2 dengan menggunakan aplikasi Canva. Logo atau brand dapat sebagai identitas dari suatu organisasi atau perusahaan yang bermanfaat untuk membangun kepercayaan konsumen agar menggunakan produk tersebut. Logo juga dapat digunakan sebagai alat promosi produk untuk meningkatkan jangkauan pemasaran serta omzet penjualan.

Pelaksanaan pengabdian masyarakat dilaksanakan di Pakis Sewu Resto, Yogyakarta. Waktu pelaksanaan kegiatan adalah Minggu, 11 Juni 2023 pukul 08.00 hingga 13.00. Kegiatan ini diikuti oleh anggota kelompok Dasawisma Alpukat 2 Wirobrajan Yogyakarta yang berjumlah 16 peserta. Peserta yang hadir sebagian besar adalah ibu

rumah tangga yang tinggal di wilayah Kecamatan Wirobrajan, Yogyakarta. Usaha yang telah dijalankan sebagian besar usaha di bidang kuliner. Usaha lainnya adalah *fashion* dan *laundry*. Materi kegiatan akan disampaikan oleh narasumber yang memiliki kualifikasi sesuai dengan kompetensi dan kepakaran yang dimiliki. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk sosialisasi dan pelatihan tentang pengemasan produk dan foto produk. Selanjutnya pada sesi terakhir kegiatan, dilakukan evaluasi kegiatan berupa pembagian kuesioner kepada para peserta untuk mengukur indikator keberhasilan dari program kegiatan pengabdian masyarakat. Evaluasi kegiatan dilaksanakan selama proses dan berakhirnya kegiatan dengan tujuan terdapat pencapaian hasil yang sesuai dengan program pengabdian masyarakat yang telah direncanakan. Evaluasi dilakukan melalui wawancara, observasi, dan penyebaran kuesioner kepada peserta setelah berlangsungnya kegiatan. Hasil evaluasi digunakan untuk melihat seberapa besar pemahaman peserta akan kegiatan yang telah dilaksanakan serta sebagai acuan untuk pelaksanaan kegiatan berikutnya.

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengemasan produk ditunjukkan pada gambar 3. Peserta diberikan materi tentang pentingnya kemasan pada suatu produk. Materi-materi yang disampaikan kepada peserta mencakup pentingnya kemasan, desain kemasan produk, fungsi kemasan, jenis kemasan, contoh desain kemasan, serta label kemasan produk. Penyampaian materi tersebut bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan wawasan peserta mengenai kemasan dan label suatu produk serta keterampilan peserta dalam menggunakan jenis kemasan yang tepat untuk produknya.



Gambar 3. Diskusi Jenis Kemasan Produk

Berdasarkan hasil diskusi dengan para peserta, diketahui bahwa sebagian besar produk peserta masih dikemas secara sederhana, hanya menggunakan mika yang diberi perekat berupa staples dan isolasi dan belum memiliki label. Kondisi ini menjadi pertimbangan tim pelaksana untuk memberikan pemahaman mengenai berbagai jenis kemasan yang tepat untuk digunakan pada produk usaha yang dimiliki

anggota Dasawisma Alpukat 2. Kegiatan sosialisasi dan pelatihan pengemasan produk bagi anggota Dasawisma Alpukat 2 telah berhasil dilakukan sesuai dengan target yang telah ditentukan. Indikator keberhasilan kegiatan ini didasarkan pada hasil evaluasi dari kuesioner yang telah diisi para peserta pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan Pengemasan Produk Makanan Dasawisma Alpukat 2

No	Pernyataan	Kategori	Prosentase
1	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengemas produk makanan dengan lebih baik dan higienis	Baik	80%

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebesar 80 persen peserta mampu memahami dan terampil dalam melakukan pengemasan produk makanan dengan lebih rapi dan higienis dengan baik. Hal ini berarti bahwa seluruh peserta kegiatan telah mampu meningkatkan pemahaman dan keterampilan mengenai teknik pengemasan dan labeling produk yang sesuai dengan standar. Kemasan yang baik menunjukkan kualitas akan suatu produk sehingga mampu menarik minat konsumen. Kemasan menjadi hal yang paling utama sebagai salah satu strategi promosi suatu produk karena kemasan merupakan tampilan terluar yang pertama dilihat oleh konsumen. Suatu produk yang hanya dikemas secara sederhana tanpa adanya sentuhan inovasi menyebabkan produk tersebut akan tertinggal serta tidak memiliki nilai tambah dari produk tersebut. Jika kemasan terlihat *eye catching* dan higienis, maka semakin meningkatkan keinginan konsumen untuk membeli produk tersebut (Khusna, Nasyirudin, & Rizqia, 2023).

Kegiatan *workshop* dan pelatihan foto produk diawali dengan *workshop* yang menjelaskan tentang tips dan trik *food photography* kepada peserta yakni bagaimana membuat foto produk yang menarik hanya dengan menggunakan *smartphone*. Materi mengenai teknik foto produk diantaranya mengapa foto produk penting bagi bisnis serta cara pengambilan gambar yang baik dengan memperhatikan *background*, tata letak produk, pencahayaan, *angle* foto, dan pemberian ruang agar foto terlihat estetik. Pemaparan materi dilakukan oleh narasumber yang ahli di bidang fotografi dengan teknik dan penggunaan bahasa yang mudah dimengerti sehingga materi yang disampaikan dapat lebih mudah diserap oleh para peserta. Narasumber didampingi oleh tim pelaksana untuk membantu peserta dalam memahami materi yang dipraktikkan.

Kegiatan *workshop* dan pelatihan foto produk menggunakan bantuan studio foto mini ditunjukkan pada gambar 4. Peserta melakukan sesi pemotretan produk dengan objek berupa contoh produk makanan dan minuman UMKM yang telah dikemas menarik dan diberi label yang menarik. Namun, ada beberapa kendala yang dihadapi selama berlangsungnya pelatihan ini, salah satunya karena peserta belum membawa produk sendiri karena sebagian besar produk peserta berupa olahan makanan basah yang

tidak tahan lama. Selain itu lokasi kegiatan kurang mendukung pencahayaan yang baik dan keterbatasan properti yang digunakan dapat mengurangi kualitas foto yang dihasilkan (Fuadillah, Amalia, & Nur, 2021).



Gambar 4. Workshop dan Pelatihan Food Photography

Sesi ini juga memberikan kesempatan para peserta untuk berdiskusi terkait hasil praktek fotografi yang dilakukan. juga Hasil foto dari para peserta kemudian diberi masukan dan koreksi oleh para tim untuk mengetahui bagian-bagian mana yang masih membutuhkan perbaikan sehingga kedepannya para peserta bisa lebih baik lagi dalam menghasilkan tampilan foto produk yang berkualitas. Peserta disarankan untuk terus berlatih agar foto-foto yang dihasilkan bisa lebih baik dan berkualitas. Kualitas foto yang baik kedepannya dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan promosi di media sosial sehingga mampu memperluas jangkauan pemasaran produk. Tampilan foto yang bagus didukung dengan visual dan *tagline* yang menarik, serta *copywriting* yang unik mampu mendorong konsumen untuk membeli produk. Keberhasilan dari kegiatan pelatihan foto produk dapat ditunjukkan dengan hasil analisis berikut.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelatihan Foto Produk Dasawisma Alpukat 2

No	Pernyataan	Kategori	Prosentase
1	Peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menggunakan teknik <i>food photography</i> yang tepat	Baik	80%

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka sebesar 80 persen peserta mampu menggunakan teknik fotografi untuk pemotretan produk makanan dengan lebih baik. Peserta diajarkan membuat foto produk yang menarik dengan properti atau aksesoris yang telah disiapkan oleh tim pelaksana. Dengan demikian, artinya sebagian besar peserta memahami pentingnya sebuah foto produk dalam menunjang pemasaran yang lebih luas serta lebih terampil dalam menyajikan foto produk dengan menggunakan *smartphone* yang lebih estetik.

Tim pelaksana membantu membuat desain label Dasawisma Alpukat 2 yang cocok untuk produk olahan makanan untuk dapat ditempel pada sebuah kemasan produk

makanan yang ditunjukkan pada gambar 5. Pelabelan produk berfungsi sebagai identitas atau pembeda produk yang satu dengan produk lainnya (Nailah & Sholihah, 2023). Sebuah label biasanya berisi tentang merek produk, berat bersih produk, komposisi pada produk, nomor sertifikat Halal MUI P-irt, masa kadaluarsa dan kapan produk dibuat (Yuliani & Widyakanti, 2020). Label juga dapat menjadi sarana promosi produk karena pada label terdapat informasi terkait kontak untuk pemesanan misalnya media sosial yang berisi nomor kontak produsen, alamat produsen, serta cara pemesanan produk (Augustinah, dkk, 2017).



Gambar 5. Desain Logo Dasawisma Alpukat 2

Label kemasan produk sementara masih dibuat secara umum dikarenakan masing-masing peserta memiliki produk yang berbeda-beda. Artinya label tersebut dapat diterapkan pada semua jenis produk. Kedepannya label kemasan masih harus disesuaikan dengan jenis produk yang akan dijual. Selain kemasan dan label, bantuan berupa peralatan masak juga diberikan untuk menunjang usaha para anggota terutama yang akan mendirikan usaha. Bantuan-bantuan tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi mitra agar dapat membuat tampilan kemasan produk yang lebih rapi, menarik dan higienis serta dapat menambah kapasitas usaha yang dijalani.

Kegiatan pengabdian masyarakat menghasilkan luaran capaian yakni adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam mengikuti seluruh rangkaian kegiatan sebesar 80 persen. Terlihat dari besarnya prosentase tersebut maka dapat diartikan bahwa kegiatan ini telah berjalan dengan baik dan lancar walaupun masih dianggap belum optimal. Hal ini dikarenakan tim pelaksana mengalami beberapa kendala saat di lapangan dimana kelompok dasawisma ini masih proses merintis sehingga produk yang dihasilkan masih bermacam-macam. Kelompok dasawisma belum memiliki produk khusus yang kedepannya akan dikembangkan menjadi usaha bersama sehingga dibutuhkan program pengabdian masyarakat berikutnya. Kendala lainnya adalah belum adanya contoh produk dari peserta serta terbatasnya waktu peserta dalam mengikuti kegiatan sehingga materi yang

disampaikan oleh narasumber belum sepenuhnya mampu terserap. Berikut dapat dipaparkan hasil survei dari para peserta menunjukkan bahwa peserta merasa puas atas terselenggaranya kegiatan pengabdian masyarakat.

Tabel 3. Hasil Evaluasi Kegiatan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat Dasawisma Alpukat 2

No	Pernyataan	Kategori	Prosentase
1	Pelaksanaan kegiatan sesuai dengan harapan dan kebutuhan mitra	Baik	80%
2	Keluhan dan pertanyaan mitra dapat segera ditindaklanjuti oleh tim pelaksana	Baik	80%
3	Tim pelaksana memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan mitra	Baik	80%

Berdasarkan hasil evaluasi diatas, maka sebesar 80 persen kegiatan telah memberikan banyak manfaat bagi mitra dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan dalam berbisnis produk olahan makanan melalui teknik pengemasan yang tepat dan foto produk. Selain itu mitra juga memberikan masukan-masukan berkaitan dengan rencana pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat berikutnya. Mitra juga merekomendasikan tim pelaksana untuk dapat melakukan kegiatan serupa bagi ibu-ibu PKK di lingkungan wilayah mitra. Mitra juga bersedia untuk berkolaborasi dalam membantu memfasilitasi kegiatan pengabdian masyarakat. Secara ringkas, maka dapat diuraikan capaian luaran kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut.

Tabel 4. Luaran Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Kegiatan	Indikator	Luaran Kegiatan	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah	Prosentase Capaian Kegiatan
Workshop dan pelatihan pengemasan produk	Pemahaman peserta mengetahui jenis-jenis kemasan untuk produk olahan makanan;	Peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai jenis-jenis kemasan untuk produk olahan makanan	Peserta belum mengetahui cara memilih kemasan yang tepat untuk produk yang akan dijualnya	Peserta lebih mampu menerapkan penggunaan setiap jenis kemasan untuk produk yang akan dijualnya	80%

Kegiatan	Indikator	Luaran Kegiatan	Kondisi Sebelum	Kondisi Sesudah	Prosentase Capaian Kegiatan
Workshop dan pelatihan foto produk	Keterampilan peserta melakukan pengemasan produk olahan makanan dengan rapi, menarik, dan higienis	Peningkatan keterampilan peserta dalam mengemas produk yang akan dijualnya dengan rapi, menarik, dan higienis	Peserta belum mengetahui cara mengemas produk olahan makanan agar tetap higienis dan tahan lama	Peserta lebih terampil dalam mengemas produk yang akan dijualnya dengan lebih baik dibandingkan sebelumnya	80%
	Pemahaman peserta mengenai properti yang digunakan untuk melakukan foto produk	Peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai peralatan dan properti yang dibutuhkan untuk foto produk	Peserta belum mengetahui peralatan dan properti apa saja yang diperlukan dalam proses pengambilan foto produk menggunakan <i>smartphone</i>	Peserta lebih memahami segala jenis peralatan dan properti untuk proses pengambilan foto produk menggunakan <i>smartphone</i>	80%
	Keterampilan peserta menggunakan <i>smartphone</i> untuk menghasilkan foto produk yang estetik	Peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan <i>smartphone</i> mulai dari pengaturan <i>background</i> , tata letak produk, pengaturan cahaya dan <i>angle</i> serta pemberian ruang untuk menampilkan kesan estetik	Peserta belum mengetahui teknik pengambilan foto yang tepat untuk kepentingan promosi produk	Peserta lebih terampil dalam melakukan pengambilan foto produk dengan <i>smartphone</i> yang tepat	80%

Simpulan dan Rekomendasi

Program pengabdian masyarakat telah terselenggara sesuai dengan rencana dan kebutuhan mitra. Hasil dari terselenggaranya kegiatan ini adalah peserta memperoleh manfaat atas terselenggaranya kegiatan sosialisasi dan pelatihan guna meningkatkan kapasitas usaha anggota Dasawisma Alpukat 2. Peserta memiliki pemahaman dan keterampilan dalam mengemas produk olahan makanan dengan lebih baik serta menghasilkan foto produk yang lebih menarik. Peningkatan tersebut ditunjukkan dengan prosentase capaian kegiatan sebesar 80 persen untuk masing-masing kegiatan. Tindak lanjut setelah pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah pendampingan kelompok dasawisma dalam mengembangkan usaha produk olahan makanan dari para anggota. Bentuk kegiatan pendampingan selanjutnya adalah menentukan produk yang akan dikembangkan secara bersama, branding produk, strategi pemasaran melalui media sosial, serta pengelolaan manajemen keuangan. Kegiatan pengabdian masyarakat kedepannya mampu menghasilkan kolaborasi dari seluruh *stakeholder* seperti pemerintah, swasta, organisasi, akademisi, dan praktisi dalam mengembangkan usaha UMKM yang dirintis oleh suatu kelompok organisasi yakni dasawisma. Produk olahan makanan yang dihasilkan oleh kelompok dasawisma ini harapannya dapat difasilitasi berupa kemudahan perizinan usaha yang mencakup NIB, halal MUI atau P-irt, bantuan permodalan dan pelatihan, serta kesempatan memasarkan produk baik melalui *online* maupun *offline*, misalnya pameran produk UMKM.

Daftar Pustaka

- Augustinah, F., Sholichah, N., & Pramudia, I. D. (2017). Manajemen Usaha dan Pembuatan Kemasan serta Labeling Home Industri Kue Basah pada Usaha Kelompok Dasawisma Kri Nanggala Medokan Semampir Surabaya. *Universitas Dr. Soetomo Surabaya*. Surabaya. <http://repository.unitomo.ac.id/515/1/lapkir.pdf>
- Fuadillah, S., Amalia, A. A., & Nur, K. W. (2021). Pelatihan Food Photography Bagi Kelompok UKM Kuliner Kecamatan Rappocini Kota Makassar. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 151. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v4i2.819>
- Khusna, S. M., Nasyirudin, M., & Rizqia, S. F. (2023). Upaya Meningkatkan Penjualan Produk UMKM Melalui Digital Marketing Di Desa Ngaglik Kec. Srengat Kab. Blitar. *Sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services*, 4(1), 9–16.
- Leonardus, S. (2014). *Kewirausahaan : Teori, Praktik dan Kasus-kasus* (Edisi 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Lupita, S., Adib, A., & Wijayanti, A. (2014). Perancangan Desain Kemasan dan Promosi Mr. Froniez Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 1–13.
- Nailah, U. F., & Sholihah, D. D. (2023). Peningkatan Social Media Marketing Melalui Pelatihan Fotografi Produk Pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui

Produk. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(3), 151–162.
<https://doi.org/10.58169/jpmsaintek.v2i3.197>

Permendagri. Peraturan Menteri Dalam Negeri No 1 Tahun 2013 Tentang Pemberdayaan Masyarakat Melalui Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga (2013).

Setiawan, A., Widowati, R., Damiyana, D., Minggu, & Farida, K. (2021). Aspek Perizinan bagi Wirausahawan UMKM Kader Pkk Ph7 Cileungsi, Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Abdimas PLJ*, 1(2), 9–19.
<https://plj.ac.id/ojs/index.php/JAPLJ/article/view/531>

Setyowati, S., & Rahayu, W. (2020). Pengembangan Usaha Ekonomi Produktif pada Dasawisma 2 RT 01 RW 11 Desa Makamhaji Kecamatan Kartosuro Kabupaten Sukoharjo. *PRIMA: Journal of Community Empowering and Services*, 4(1), 16.
<https://doi.org/10.20961/prima.v4i1.37794>

Supriatin, & Restiyani, A. (2021). Pelatihan Digital Marketing Untuk Optimalisasi Pemasaran Usaha Makanan Dasawisma Alamanda Perumnas Minomartani Sleman Yogyakarta. *Prosiding Seminar Hasil Pengabdian Masyarakat*, 430–435. Retrieved from <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Verdiany, L. T., Bramantijo, & Sutanto, R. P. (2014). Perancangan Kemasan Produk Rumah Batik Sritanjung Banyuwangi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(4), 1–12.
<http://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/download/1944/1743>

Yuliani, R., & Widyakanti. (2020). Pengabdian : Menciptakan *Value Added* (Nilai Tambah) Kripik Tempe Sagu Melalui Variasi Rasa dan Inovasi Kemasan. *Jurnal Keuangan Umum Dan Akuntansi Terapan*, 2(2), 71–76.
<https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/KUAT/article/view/990>