



**Pendampingan Pembaruan Packaging dan
Optimalisasi Branding UMKM Masyarakat
di Kelurahan Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember**

*Assistance of packaging renewal and
Optimizing community MSME Branding
in Kepatihan Village, Kaliwates District, Jember Regency*

**Ajeng Khusnul Samudra Pertiwi¹; Moh Khoiril Mustofa²;
Nida Kamila Hanifah Bastian³; Cahyaningtyas Tetta Riandy⁴; Novia Nur Chasanah⁵;
Putri Aulia Nadiyah Jannah⁶; Grace Winata⁷; Daud Angga Yudha⁸;
Adam Naufalianto⁹; Shavira Yuansa¹⁰; Afifah Balqis Iftinan¹¹;
Agung Rhaka Oktavianto¹²; Hesti Ayu Verawati¹³; Laili Rohmah Romadhoni¹⁴;
Sefi Ika Candra¹⁵; Nurshadrina Kartika Sari¹⁶**

¹⁻⁷ Universitas Jember ; ⁸⁻¹⁰ Universitas Moch Sroedji ; ¹¹⁻¹² Universitas Dr. Soebandi ;
¹³⁻¹⁵ Universitas Islam Jember ; ¹⁶ ITS Mandala Jember

Alamat: Jl. Kalimantan Tegal Boto No 37
Korespondensi penulis: shadrina.kartika@itsm.ac.id

Article History:

Received:

28 Juni 2023

Revised:

25 Juli 2023

Accepted:

23 Agustus 2023

Keywords: KKN,
MSMEs, strategy,
packaging and
branding

Abstract. Collaborative KKN is a service activity by students consisting of several universities. Our KKN location is in Kepatihan Village, Kaliwates District, Jember Regency. The main work program carried out by KKN Collaboration 229 students is to help Kepatihan Village MSMEs in the field of packaging and branding. Through the PANACOTTA work program, the KKN 229 group carries the theme of entrepreneurial development, entitled "Packaging Update and Branding Optimization". The purpose of this research is to find out strategies and help Kepatihan MSME players in optimizing packaging and branding. The method used in this research is a qualitative method with a descriptive type. The data analysis process is carried out with workshops/socialization and assistance from the data that has been obtained. The results of this research show that the Kepatihan community's MSMEs can increase community productivity, which is largely purely handmade. Collaborative KKN 229 students help and assist the community to optimize packaging and branding. For example, making logos, stickers, videos, banners, and social media. In terms of marketing, many of the communities sell their products door to door.

Abstrak : KKN kolaboratif merupakan suatu kegiatan pengabdian oleh mahasiswa yang terdiri dari beberapa perguruan tinggi. Lokasi KKN kelompok 229 yaitu di Kelurahan Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Program kerja utama yang dilakukan mahasiswa KKN Kolaborasi 229 adalah membantu UMKM Kelurahan Kepatihan di bidang *packaging* dan *branding*. Melalui program kerja PANACOTTA kelompok KKN 229 mengusung tema pengembangan wirausaha, yang berjudul "Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*". Tujuan program ini adalah untuk mengetahui strategi serta membantu para pelaku UMKM Kepatihan dalam pengoptimalan *packaging* dan juga *branding*. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan tipe deskriptif. Proses analisis data dilakukan dengan *workshop*/sosialisasi dan pendampingan dari data yang telah diperoleh. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa UMKM masyarakat Kepatihan dapat meningkatkan produktivitas masyarakat, yang secara garis besar murni dari buatan sendiri (*handmade*). Mahasiswa KKN kolaborasi 229 membantu dan mendampingi masyarakat untuk pengoptimalan *packaging* dan juga *branding*. Seperti contoh pembuatan logo, *sticker*, video, banner, dan juga media sosial. Dari segi pemasaran, banyak dari masyarakat menjual produknya secara *door to door*.

Kata kunci : KKN, UMKM, strategi, packaging dan branding.

*Ajeng Khusnul Samudra Pertiwi, shadrina.kartika@itsm.ac.id

LATAR BELAKANG

Kuliah Kerja Nyata (KKN) adalah suatu bentuk pengabdian oleh mahasiswa yang dilakukan pada daerah tertentu di Indonesia kepada masyarakat dengan menekankan melalui pendekatan sektoral dan keilmuan yang pelaksanaannya berlangsung selama 30-60 hari. Pelaksanaan kegiatan KKN biasanya bertempat di tingkat desa.

Kegiatan KKN ini merupakan kegiatan wajib yang dilakukan oleh setiap perguruan tinggi dimana hal itu merupakan salah satu Tri Dharma perguruan tinggi yaitu pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Tujuan dari kegiatan KKN adalah optimalisasi dan kreasi penggunaan potensi lokal yang mana itu berdampak meningkatnya SDM dan kesejahteraan desa.

KKN kolaboratif merupakan suatu kegiatan pengabdian oleh mahasiswa yang terdiri dari beberapa perguruan tinggi. Lokasi KKN kelompok 229 yaitu di Kelurahan Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Secara wilayah administrasi, kecamatan ini terdiri 7 kelurahan. Berdasarkan hasil observasi yang telah penulis laksanakan bersama-sama di Kelurahan Kepatihan, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember didapatkan beberapa data primer yaitu kondisi Kelurahan Kepatihan dan data sekunder seperti situasi serta kondisi tempat pelaksanaan.

Jumlah Penduduk di Kelurahan Kepatihan tahun 2021 sebesar 16.232 dengan rincian 7.911 laki-laki dan 8.321 perempuan. Luas wilayah Kelurahan Kepatihan 2,08 km² dan terdiri dari 26 RW serta 86 RT. Secara umum penduduk Kelurahan Kepatihan bekerja sebagai wiraswasta dan karyawan swasta, selain itu juga banyak warga yang memiliki industri rumahan seperti produk olahan bunga telang, tempe, pia edamame, tahu susu dan kerajinan batik serta tas anyaman.

Berdasarkan observasi yang telah penulis lakukan terkait warga pelaku UMKM, terdapat sekitar 30 warga UMKM dimana sebagian besar di bidang makanan ringan dan berat. Maka tema yang penulis angkat di Kelurahan Kepatihan yaitu “Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*”. Tujuan dalam pengabdian ini adalah melakukan pengembangan usaha. Upaya pengembangan pelaku usaha memerlukan suatu strategi dalam pemasaran produknya untuk meningkatkan daya saing serta mengembangkan kualitas usaha sebagai produk unggulan khususnya di Kelurahan Kepatihan.

Beberapa UMKM yang ada di Kelurahan Kepatihan memiliki permasalahan dalam *branding* produk, yakni pembuatan logo dan pengambilan video yang menarik. Tujuan dari

upaya pengembangan melalui *branding* ini adalah untuk memperluas pemasaran melalui online seperti konten digital dan platform di berbagai media sosial. Metode yang digunakan adalah pengumpulan data melalui *workshop* atau sosialisasi dan observasi secara langsung. Harapan dari pendampingan ini adalah masyarakat UMKM bisa memasarkan produk mereka secara maksimal baik *offline* maupun *online* dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana penjualan produk-produk mereka agar dapat dikenal dan dijangkau oleh konsumen lebih luas serta meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya di Kelurahan Kepatihan.

METODE PELAKSANAAN

KKN Kolaboratif Jember 2023 #2 merupakan program kolaborasi yang diselenggarakan oleh Pemkab Jember untuk kedua kalinya. Tema program KKN Kolaboratif yang kedua ini adalah “Pemaksimalan Peran Perguruan Tinggi dalam Mewujudkan SDGs Desa di Kabupaten Jember”. KKN Kolaboratif kedua ini bekerja sama dengan 16 perguruan tinggi negeri dan swasta yang ada di Kabupaten Jember, serta 2 perguruan tinggi yang berasal dari luar Kabupaten Jember, yaitu UPN Veteran Jawa Timur dan Universitas Negeri Malang. Sebanyak 3.500 mahasiswa dari 18 perguruan tinggi tersebut akan ditempatkan di 226 desa di Kabupaten Jember dan didampingi oleh 189 Dosen Pembimbing Lapangan. Mahasiswa KKN akan tinggal selama 40 hari di desa untuk membantu masyarakat mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi.

Program kerja KKN Kolaboratif Kelompok 229 yang bertempat di Kelurahan Kepatihan dibagi menjadi dua, yaitu program kerja mayor dan minor. Program kerja mayor berkaitan dengan peningkatan kerja UMKM di Kepatihan. Tema dari program kerja mayor yaitu “Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*” yang diterapkan pada pelaku UMKM. Program kerja ini meliputi pelaksanaan kegiatan *workshop*, pendampingan, dan pembentukan komunitas untuk UMKM se-Kepatihan. *Workshop* yang diselenggarakan mendatangkan pemateri seorang dosen dari ITS Mandala, dengan penyampaian materi yang berfokus pada pengemasan, pemberian merek, serta pemasaran yang dapat dilakukan oleh pelaku usaha untuk meningkatkan jumlah penjualan produknya. Peserta *workshop* merupakan para pelaku UMKM yang berasal dari 26 RW di Kepatihan. Pendampingan terhadap pelaku usaha dilakukan sebagai tindak lanjut dari kegiatan *workshop*, yaitu dengan mendatangi pelaku usaha satu persatu dan melakukan peninjauan mengenai usaha yang dimiliki pelaku usaha. Peninjauan juga dilakukan pada merek, pengemasan, dan pemasaran dari produk.

Pembentukan komunitas seluruh UMKM di Kepatihan merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk menghubungkan penjual dan pembeli agar dapat melakukan transaksi jual beli dengan lebih mudah dan dengan jangkauan yang lebih luas. Pembentukan komunitas se-Kepatihan ini memanfaatkan media sosial berupa *Instagram* dan *WhatsApp*.

1. Sosialisasi dan *Workshop*

Workshop adalah sebuah kegiatan diskusi dengan topik tertentu yang diberikan oleh seorang pemateri yang lebih paham akan topik tersebut. *Workshop* yang diadakan oleh Kelompok KKN Kolaboratif 229 ini mengambil tema “Kewirausahaan: Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*” dengan pemateri yang bernama Ibu Nely Supeni, SE., MM. Kegiatan ini dilaksanakan di Pendopo Kelurahan Kepatihan dengan dihadiri oleh 34 orang pemilik UMKM. Kegiatan *workshop* ini dimulai dengan pemaparan materi dari pemateri, dilanjutkan dengan pemberian contoh *packaging* yang menarik serta dilanjutkan dengan sesi tanya jawab.

2. Pendampingan

Pendampingan adalah sebuah kegiatan yang memfasilitasi pelaku UMKM secara langsung atau *door to door* oleh mahasiswa KKN Kolaboratif 229. Kegiatan ini bertujuan supaya lebih intens dalam menggali permasalahan yang dimiliki UMKM tersebut sehingga dapat membantu mengatasinya sesuai permasalahan tersebut. Tahapan pendampingan ini diawali dengan survei, pendampingan pembuatan logo, dan pengambilan foto serta video menarik.

3. Pembentukan Komunitas UMKM Kepatihan

Pembentukan komunitas bertujuan untuk mempermudah jangkauan antar pemilik UMKM dengan konsumen. Terdapat dua komunitas yang dibuat yakni *whatsapp grup* dan *instagram* UMKM Kepatihan. *Whatsapp grup* berisi pemilik UMKM serta warga Kelurahan Kepatihan dan sekitarnya, hal ini dibuat supaya pemilik UMKM dapat lebih mudah mempromosikan produknya karena dengan sekali share di grup tersebut dapat dilihat banyak orang. Sedangkan *instagram* UMKM Kepatihan berisi produk, penjelasan harga, alamat, dan nomor telepon UMKM. Hal ini bertujuan agar konsumen yang ingin membeli sesuatu dapat melihat *instagram* tersebut dan mudah dalam melakukan transaksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

UMKM

Program kerja utama atau inti yang dilakukan mahasiswa KKN Kolaborasi 229 adalah membantu UMKM Kelurahan Kapatihan di bidang *packaging* dan *branding*. Melalui program kerja PANACOTTA kelompok KKN 229 mengusung tema pengembangan wirausaha, yang berjudul “Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*”. Dalam pelaksanaannya terdapat 3 Kegiatan yang dilakukan yakni sosialisasi atau *workshop*, pendampingan, dan pembentukan komunitas.

1. Sosialisasi dan Workshop

Kelompok KKN 229 melakukan 2 kali sosialisasi dan 1 kali *workshop*. Sosialisasi dilaksanakan di acara dasawisma ibu-ibu pada RT 3 dan RT 4, RW 21. Sedangkan *workshop* dilaksanakan 1 kali di kantor Kelurahan Kapatihan. Peserta *workshop* ini adalah 34 orang dari perwakilan 26 RW yaitu para ibu-ibu dan bapak-bapak yang memiliki UMKM di Kelurahan Kapatihan. *Workshop* dengan judul “Kewirausahaan: Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*”, membahas terkait pemanfaatan *digital marketing*, *packaging* yang menarik sehingga memiliki nilai jual tersendiri, serta menggandeng generasi muda sebagai *partner* dalam berbisnis. Pemateri *workshop* ini adalah Ibu Nely Supeni, SE., MM. yang merupakan dosen ITS Mandala.

2. Pendampingan

Setelah melakukan sosialisasi dan *workshop*, langkah selanjutnya yang dilakukan oleh mahasiswa KKN 229 adalah melakukan pendampingan. Target pendampingan adalah pelaku UMKM yang telah mengikuti maupun belum mengikuti sosialisasi dan *workshop*, pendampingan ini dilakukan secara *door to door* atau mengunjungi pelaku UMKM secara satu persatu. Pendampingan yang diberikan antara lain pembuatan logo, pembuatan banner, pembaruan kemasan, pengambilan foto dan video yang menarik, penggunaan aplikasi online seperti *whatsapp business*, *instagram*, *tiktok* dan *facebook* sebagai media pemasaran, dan pembuatan *caption* yang menarik.

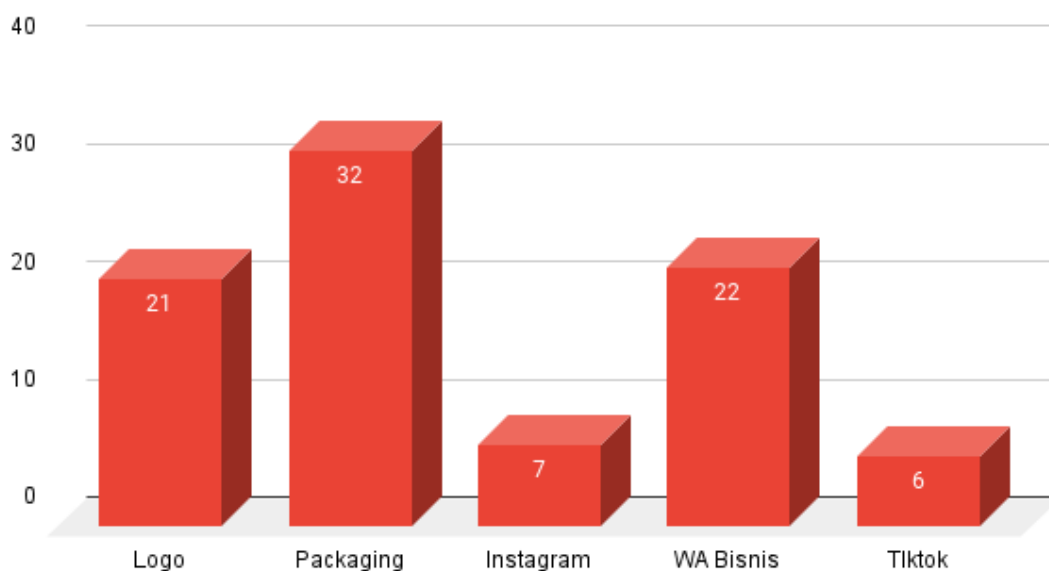
3. Pembentukan Komunitas

Pembentukan komunitas dilakukan saat sosialisasi dan pendampingan telah selesai dilaksanakan. Media yang digunakan dalam pembentukan komunitas ini adalah *whatsapp* dan *instagram*, yang dimana komunitas ini berisi banyak UMKM yang berada di kelurahan kapatihan. Selain para pelaku usaha, komunitas *whatsapp* nantinya akan

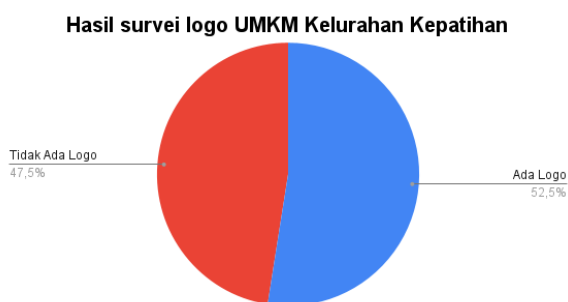
berisi masyarakat se Kabupaten Jember, dimana hal ini bertujuan untuk mempermudah dan memperluas pemasaran produk UMKM. *Instagram* digunakan sebagai media pemasaran karena dapat dengan mudah dilihat oleh banyak orang, bahkan pemasarannya dapat menembus hingga ke luar kota.

UMKM di Kelurahan Kepatihan yang berhasil di survei oleh mahasiswa KKN Kolaborasi 229 adalah sejumlah 40 UMKM. Hasil survei menunjukkan bahwa banyak UMKM yang masih belum maksimal di bidang *packaging* dan *branding*. Namun, terdapat juga UMKM yang telah berjalan dengan baik dan besar. Mahasiswa KKN Kolaborasi 229 lebih fokus membantu pada UMKM yang masih kecil. Oleh karena itu mahasiswa KKN Kolaborasi 229 membantu pada bidang *packaging* dan *branding*.

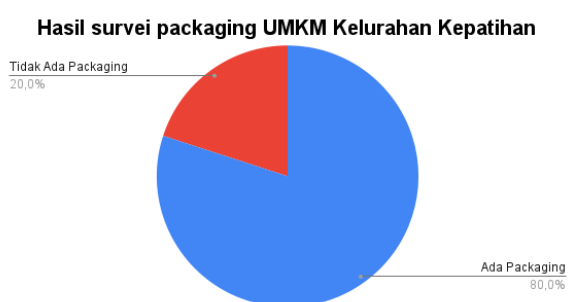
Hasil Survei UMKM Kepatihan



Pada bidang *packaging*, banyak UMKM yang kemasannya masih sederhana bahkan belum mempunyai logo. Sedangkan pada bidang *branding*, banyak UMKM yang belum berani masuk di dunia *online*, berbagai alasan seperti belum siap, takut dihujat, serta *gaptek* atau gagap teknologi membuat beberapa UMKM mundur untuk mempromosikan produknya. Selain membantu pada bidang tersebut, mahasiswa KKN Kepatihan juga memberikan edukasi pada pelaku UMKM agar memiliki jiwa wirausaha yang *visioner* supaya UMKM-nya bisa terus berkembang.

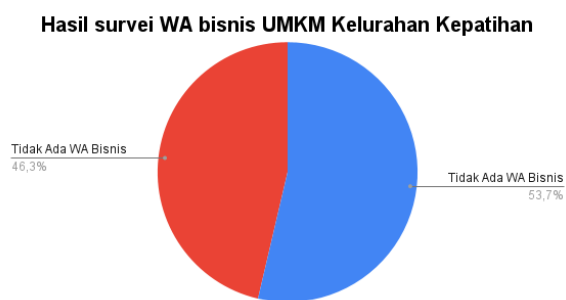


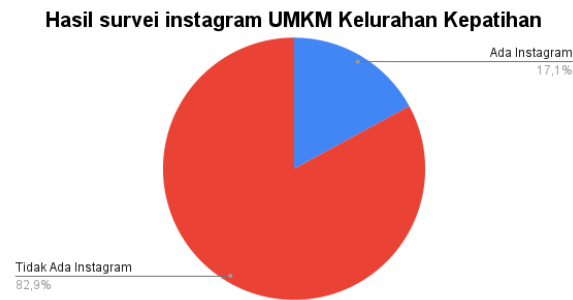
Gambar Diagram Hasil Survei Logo



Gambar Diagram Hasil Survei Packaging

UMKM Kelurahan Kepatihan masih banyak yang belum maksimal di bidang *packaging*. Diagram tersebut menunjukkan bahwa dari 40 UMKM hanya 80.0% UMKM yang memiliki kemasan namun juga masih terdapat yang ala kadarnya atau kurang menarik, 20,0% UMKM belum dan tidak memiliki *packaging*. Sedangkan hanya 52,5% UMKM di Kepatihan yang memiliki logo, sisanya dengan 47,5% UMKM belum memiliki logo. Oleh karena itu, pengoptimalisasian *packaging* sangat diperlukan supaya lebih maksimal.





Gambar Diagram Hasil Survei Branding

UMKM Kelurahan Kepatihan masih banyak yang hanya berjualan *offline* atau secara *face to face* saja. Diagram tersebut menunjukkan bahwa dari 40 UMKM hanya 17,1% UMKM yang memiliki instagram, 14,6% UMKM yang memiliki tiktok, dan 53,7% UMKM yang memiliki whatsapp bisnis. Oleh karena itu, pembuatan media sosial instagram, tiktok dan Whatsapp bisnis sebagai media pemasaran online perlu ditingkatkan supaya penjualan produk UMKM dapat menjangkau pasar hingga luar kota.



Gambar Diagram Pendampingan

Pendampingan yang penulis berikan pada pelaku usaha UMKM berbeda-beda sesuai dengan kebutuhannya berdasarkan hasil observasi. Total UMKM terdapat 35 UMKM yang penulis bantu pada pembaruan logo, 2 pembaruan packaging, 26 pembaruan foto dan video menarik untuk bahan promosi. Total 41 UMKM yang berhasil penulis survei, diantaranya sebagai berikut

a) UMKM Krokot Mister

UMKM ini didirikan oleh Ibu Mimin yang bertempat di Kelurahan Kepatihan RT.01/RW.08. Hasil dari observasi ini diperoleh bahwa *packaging* dan *branding* produk

masih kurang. Hal ini disebabkan karena kroket mister hanya dijual ke pasar dengan cara dititipkan dan menerima pesanan hanya secara *face to face* tanpa di pasarkan ke via *online*. Selain itu, pengemasannya juga masih terbilang sangat sederhana tanpa diberi pelabelan seperti stiker atau logo untuk meningkatkan nilai ekonomisnya.

Ibu Mimin jualan kroket sejak tahun 2019. Setiap hari memproduksi sekitar 30 - 200 kroket, namun tetap tergantung pesanan. Harga jual kroketnya hanya 2500 rupiah, namun biasanya apabila dititipkan di pasar harganya hanya sekitar 2000 rupiah. Packaging juga bisa menyesuaikan pesanan dan permintaan konsumen.



Setelah dilakukan observasi, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa yang perlu dibantu pada UMKM ini yaitu logo, poster, dan foto serta video untuk promosi. Hal tersebut penulis pertimbangkan agar UMKM Ibu Mimin dapat lebih berkembang, tentunya supaya pelanggannya lebih banyak serta konsumennya lebih luas.

b) UMKM Tahu Susu

Salah satu UMKM yang berada di kelurahan Kepatihan RT 03 / RW 18 ialah produk UMKM Ibu Ika yaitu tahu susu. Ibu Ika merintis usaha tahu susu dimulai pada tahun 2019, awalnya beliau memulai usaha ini karena suaminya yang kena PHK sedangkan kebutuhan ekonomi tetap berjalan, lalu mendapat saran dari kerabatnya kalau mencoba memproduksi tahu susu. Setelah itu, tidak membutuhkan waktu lama Ibu Ika berhasil memproduksi tahu susu dan mencoba dijual secara *offline* yaitu ditawarkan dan dititipkan di toko sayuran maupun tukang sayur keliling. Sampai masa dimana tahu susu lagi viral karena teksturnya yang lembut dan rasanya yang bikin ketagihan, tahu susu Ibu Ika banyak diminati masyarakat bahkan ada beberapa konsumennya yang menjadi

reseller, sehingga penjualan tahu susunya meningkat dan membantu perekonomian keluarganya.

Tetapi seiring berjalannya waktu, tahu susu semakin banyak dijual di pasaran dengan berbagai macam bentuk dan variasinya, produktivitas tahu susu Ibu Ika menurun. Dari yang awalnya mempunyai *reseller* hingga kembali menawarkan tahu susu miliknya di toko sayuran. Harga tahu susu Ibu Ika bervariasi, dimulai dari Rp. 5.000 hingga Rp. 20.000 tergantung dari ukuran kemasannya. Hasil Dari observasi UMKM ini ternyata Masih kurang maksimal di bidang pemasarannya. Hal ini disebabkan karena Ibu Ika belum mengerti bagaimana cara menawarkan produk secara online menggunakan media sosial melainkan hanya menitipkan produknya di beberapa toko sayuran dan pasar.



Hasil observasi yang kami lakukan menyimpulkan bahwa, yang perlu dibantu dalam pendampingan ini adalah pengoptimalan di bidang promosi dengan membuat akun *Facebook* dan *TikTok* khusus pemasaran sebagai media promosi produknya. Selain itu, kami juga telah membuat beberapa video dan gambar produk sebagai bahan promosi. Hal ini dilakukan dengan harapan menambah jumlah konsumen tahu susu milik Ibu Ika agar semakin berkembang dan meluas.

c) UMKM Savina Hand Production (kerajinan tangan tas)

UMKM ini di bangun di pertengahan Covid 19 bertempat di kelurahan Kepatihan, Jl ahmad yani 6 no III, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Pemilik UMKM ini adalah Ibu Samawa, nama produk UMKM kerajinan tangan yaitu SAVINA hand production. UMKM yang penulis temukan ini bergerak di bidang *fashion* yaitu kerajinan tas anyam. Kerajinan tangan tas anyam ini cocok untuk ibu-ibu dimana

kerajinan tas tersebut dijadikan ciri khas saat akan berbelanja ke pasar, anak muda juga dapat menggunakannya karena pemilik UMKM ini tidak hanya membuat untuk ibu-ibu namun untuk anak muda juga tersedia. Hasil dari observasi ini di peroleh bahwa branding dan packaging produk masih kurang. Produk kerajinan tas ini belum memiliki logo sehingga perlu pembuatan logo untuk memberikan *branding* pada UMKM ini. Produk UMKM dipasarkan lewat *online* seperti *instagram* dan *story whatsapp* dan penjualan *offline* bu samawa masih dari mulut ke mulut . Tas anyaman plastik ini dinilai kuat meskipun harganya cukup terjangkau. Harga tas kerajinan mulai dari harga 15k untuk yang berukuran kecil dan mulai 25k untuk yang berukuran besar.



Logo produk SAVINA Hand Production

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa produk UMKM Ibu samawa ini membutuhkan pembuatan logo dan video supaya promosi secara online lebih menarik perhatian para konsumen dan lebih optimal. Harapannya UMKM bu samawa bisa dikenal banyak orang diluar kabupaten Jember.

d) **UMKM Kripik Tempe Prima**

Salah satu UMKM yang ditemui oleh kelompok KKN 229 adalah Keripik tempe Prima. Makanan ini umumnya dijadikan cemilan sehari-hari maupun saat hari raya. Keripik ini terbuat dari tempe yang diiris tipis dan digoreng dengan tepung hingga *crispy*. Rumah produksi keripik tempe yang ditemui milik Ibu Titik berlokasi di

RT04/RW21 Kelurahan Kepatihan. Ibu Titik mulai merintis produksi keripik tempe sejak 5 tahun silam. Beliau terinspirasi membangun usaha UMKM keripik tempe ini karena diwarisi rumah produksi tempe milik orang tuanya. Produksi tempe yang terus-menerus tetapi tidak memiliki banyak variasi membuat beliau terdorong untuk membuat inovasi lain dari olahan tempe tersebut. Keripik tempe dipilih oleh Ibu Titik karena proses pembuatannya yang cukup sederhana dan memiliki masa simpan yang lama. Harga dari keripik tempe yang diproduksi Ibu Titik berkisar antara Rp 2.000 sampai Rp 25.000 dengan ukuran kemasan yang berbeda.



Kemasan dari produk keripik tempe ini sudah memenuhi standar pengemasan yang baik yaitu menggunakan *standing pouch* dengan *seal* di bagian atasnya, produk ini juga sudah memiliki logo pada kemasannya. Namun, didapati bahwa Ibu Titik memiliki kesulitan dalam bidang pemasaran secara *online*, dimana pemasaran UMKM keripik tempe selama ini hanya melalui sistem dititipkan pada beberapa toko kelontong, pusat oleh-oleh dan di hotel sehingga jangkauan pemasarannya kurang luas.

Dari hasil observasi dan wawancara yang kelompok KKN 229 lakukan dapat disimpulkan bahwa produk UMKM Ibu Titik ini membutuhkan pengoptimalan di bidang promosi secara *online*. Salah satunya dengan membuat beberapa video, dan foto yang menarik untuk melakukan pemasaran di media sosial. Harapannya produk Ibu Titik menjadi lebih berkembang dan dapat menjangkau pasar hingga luar kota.

e) **UMKM Tempe Rinjani**

Tempe Rinjani yang berlokasi di Jalan K. H. Wahid Hasyim IX / 124 Kelurahan Kepatihan, Kabupaten Jember, merupakan usaha keluarga yang sudah berjalan turun

temurun dengan proses produksi tempe yang masih dijalankan secara tradisional. Tempe sendiri merupakan olahan makanan dari kacang kedelai yang difermentasi menggunakan ragi dan melalui proses pendinginan kurang lebih 2 (dua) hari sehingga dapat menjadi tempe yang siap dipasarkan. Ibu Ina selaku pemilik usaha dari Tempe Rinjani mengaku bahwasannya usaha ini mampu menghabiskan setidaknya 1 kwintal kedelai setiap produksinya, dengan dibantu 2 (dua) karyawannya. Pada pemasarannya, Tempe Rinjani dijual di Pasar Tanjung Jember dengan harga berkisar antara Rp. 5000,- hingga Rp. 20.000,- tergantung ukurannya. Tidak hanya menjual di pasar saja, Ibu Ina juga memasok untuk pedagang tempe yang lain.

Usaha tempe ini pun tidak selalu berjalan dengan mulus, beberapa kendala turut dialami oleh Ibu Ina seperti naiknya bahan baku utama, yakni kedelai dan jika diperhitungkan terkadang tidak dapat menutup biaya produksi dengan harga pemasaran tempe. Dalam hal pengenalan produk atau *branding*, Ibu Ina menyadari bahwasannya logo yang ditampilkan bisa dikatakan pasaran serta masih menggunakan logo yang belum ada halalnya. Berdasarkan hasil observasi, Ibu Ina sepakat untuk memperbarui logo dan memasukan identitas seperti halal, nomor telepon, serta alamat sebagai bagian *branding*.



Pemasaran Tempe Rinjani masih belum meluas, oleh karenanya dibutuhkan pengenalan produk melalui *branding* baik logo maupun pengambilan foto dan video produk yang menarik sehingga mampu dipasarkan melalui media sosial, baik *Instagram*, *WhatsApp*, maupun laman media sosial yang lain. Upaya ini diharapkan mampu menjaga eksistensi produk di masyarakat, serta mampu meningkatkan *value* dari produk ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang diperoleh setelah melakukan beberapa survei bahwa di Kelurahan Kepatihan terdapat banyak pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang masih memiliki permasalahan. Beberapa permasalahan yang dimiliki oleh pelaku usaha diantaranya tidak memiliki logo, kemasan yang kurang menarik, dan kurangnya pemahaman tentang teknik pemasaran terkini melalui *platform* digital.

Berdasarkan data hasil survei maka dipilihlah program kerja “Pembaruan *Packaging* dan Optimalisasi *Branding*”. Tahap realisasi pertamanya dengan melakukan *workshop* sebagai wadah untuk penyaringan UMKM. Tahap kedua pendampingan langsung kepada pelaku UMKM berdasarkan data dari *workshop* untuk mengetahui kendala yang dihadapi pelaku UMKM serta menyiapkan penyelesaian masalahnya. Tahap terakhir menciptakan komunitas dengan media sosial yang di dalamnya terdiri dari pelaku UMKM yang berperan sebagai penjual sekaligus pengelola komunitas serta para warga dari Kelurahan Kepatihan maupun masyarakat luas sebagai pembeli.

Hasil yang dicapai adalah pelaku UMKM menjadi lebih mandiri dan modern sekaligus dengan adanya komunitas tersebut diharapkan dapat menjadi sarana pemasaran dan promosi dengan mudah. Selain membantu pelaku UMKM, Mahasiswa KKN Kolaborasi 229 juga membantu dalam kegiatan pengabdian masyarakat. Berbagai kegiatannya antara lain, pelayanan kesehatan masyarakat, penyuluhan evakuasi bencana, dan pendataan terhadap anak-anak yang putus sekolah di usia belajar sebagai bentuk keikutsertaan Mahasiswa KKN Kolaborasi 229 dalam kegiatan masyarakat Kelurahan Kepatihan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Nurshadrina Kartika Sari, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Lapangan KKN Kolaborasi Kelompok 229 yang telah membimbing, mendampingi, dan memberikan pembekalan untuk kelancaran program kerja kelompok penulis. Ucapan terima kasih kepada perangkat Kelurahan Kepatihan, seluruh ketua RT dan RW, kader posyandu, dan para pelaku UMKM serta seluruh warga Kelurahan Kepatihan yang telah bekerja sama dengan baik dalam menyukseskan kegiatan ini.

DAFTAR REFERENSI

- Aliyyah, R. R., Rahmawati, R., Septriyani, W., Safitri, J., & Ramadhan, S. N. P. (2021). Kuliah kerja nyata: pkm pengabdian kepada masyarakat melalui kegiatan pendampingan pendidikan. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 663-676.
- Azizah, S. R., Rizmawanda, R., Xitri, W. R., & Lazim, A. S. (2022). KULIAH KERJA NYATA: KOLABORASI DALAM AKSELERASI INKLUSI SOSIAL DAN KESEHATAN BAGI PENINGKATAN KESEJAHTERAAN PENDIDIKAN DAN MINAT LITERASI MASYARAKAT DESA KAWISTOLEGI. *Jurnal Abdimasmuhla*, 3(3).
- Dewi, A. T. H., Mufid, M. F., Setiani, R. P., Hakim, S. A., & Puteri, R. A. M. (2022, October). PROGRAM MITIGASI BENCANA ALAM GEMPA DI LINGKUNGAN SEKOLAH SDN REMPOA 1. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat LPPM UMJ* (Vol. 1, No. 1).
- Lestari, F. S. A. P. PENGAWASAN PROSES PRODUKSI KEDELAI EDAMAME DALAM MENINGKATKAN KUALITAS PADA PERSERO TERBATAS MITRATANI DUA TUJUH JEMBER.
- Syardiansah, S. (2019). Peranan Kuliah Kerja Nyata Sebagai Bagian dari Pengembangan Kompetensi Mahasiswa: Studi Kasus Mahasiswa Universitas Samudra KKN Tahun 2017. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 57-68.