



## JOURNAL OF COMMUNITY SERVICE IN SCIENCE AND ENGINEERING

P-ISSN: 2962-1003 E-ISSN: 2962-0767

Homepage jurnal: <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JoCSE/>



# Inovasi kemasan dan pemasaran produk Keripik Pisang ADIF Kramat Watu Serang Banten

**Dhena Ria Barleany <sup>a,b</sup>, Akbar Gunawan <sup>c,\*</sup>, Alifia Puspa Septiningrum <sup>a</sup>, Budi Darma Maulana <sup>a</sup>**

<sup>a</sup>Jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Jendral Sudirman KM 3, Cilegon, Banten 42435, Indonesia

<sup>b</sup>Centre of Excellence for Local Food Innovation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Raya Jakarta KM 04, Serang 42124, Indonesia

<sup>c</sup>Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Jl. Jendral Sudirman KM 3, Cilegon, Banten 42435, Indonesia

<sup>1</sup>E-mail: [a68ar@untirta.ac.id](mailto:a68ar@untirta.ac.id)

## INFO ARTIKEL

### Riwayat artikel:

Diajukan pada 25 Juli 2022

Direvisi pada 10 Agustus 2022

Diterima pada 20 Agustus 2022

Disetujui pada 30 September 2022

Tersedia daring pada 1 Oktober 2022

### Kata kunci:

UMKM, inovasi, kemasan.

### Keywords:

MSMEs, innovation, packaging.

## ABSTRAK

Keripik pisang ADIF merupakan salah satu UMKM yang berada di Kecamatan Kramatwatu, Kabupaten Serang. Usaha keripik pisang ini telah ada sejak tahun 2009. Sejak kasus pertama Covid-19 ditemukan di Indonesia, berbagai permasalahan perekonomian muncul di tengah masyarakat, salah satunya dampak tersebut juga dirasakan oleh Keripik Pisang ADIF. Tujuan program pengabdian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman tentang pentingnya inovasi, serta memberikan pelatihan dan pendampingan dalam penerapan pemanfaatan teknologi digital dalam mengembangkan UMKM Keripik Pisang ADIF. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah dengan penyuluhan, pembuatan akun sosial media sebagai sarana promosi, membuat logo usaha serta mengubah kemasan lama menjadi bentuk pouch plastic dengan mencantumkan desain logo terbaru. Pada kegiatan sosialisasi, penyuluhan kepada pelaku usaha serta kegiatan pelatihan dan pendampingan penggunaan teknologi digital berjalan dengan lancar. Hasil dari pengabdian ini yaitu berupa model kemasan keripik pisang ADIF yang lebih inovatif dengan logo baru dan label yang lebih informatif, serta akun instagram (IG) resmi bernama “keripikpisangadif” sebagai sarana promosi dan penjualan secara daring.

## ABSTRACT

Keripik Pisang ADIF is one of the MSMEs in Kramatwatu District, Serang Regency. The business has been around since 2009. Since the first case of Covid-19 was discovered in Indonesia, various economic problems have emerged in the community, one of which has been felt by Keripik Pisang ADIF. The purpose of this service program is to increase understanding of the importance of innovation, as well as provide training and assistance in the application of the use of digital technology in developing Keripik Pisang ADIF MSMEs. The activities are counseling, creating social media accounts as a promotion, making business logos, and changing old packaging into plastic pouches by including the latest logo design. In socialization activities, counseling to business actors and training and assistance activities on using digital technology went smoothly. The results of this service are in the form of a more innovative Keripik Pisang ADIF packaging model with a new logo and more informative label, as well as an official Instagram (IG) account called “keripikpisangadif” as a means of online promotion and sales.

Tersedia pada: <http://dx.doi.org/10.36055/jocse.v1i1.16382>.

## 1. Pendahuluan

Kecamatan Kramatwatu merupakan daerah yang berada di antara Cilegon dan Serang, termasuk dalam wilayah Kabupaten Serang. Kecamatan ini memiliki 13 Desa yaitu diantaranya Toyomerto, Kramatwatu, Harjanani, Pejaten, Pelamunan, Pegadingan, Serdang, Lebakwana, Margasana, Pamengkang, Terate, Tonjong, dan Wanayasa [1]. Usaha keripik pisang ADIF berlokasi di Desa Pelamunan, dimana desa ini memiliki jarak dari pusat kota Cilegon ataupun Serang sekitar 13 km.



Journal of Community Service in Science and Engineering (JoCSE) is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.



**Gambar 1. Produk keripik pisang ADIF.**

Secara geografis, Desa Pelamunan memiliki tanah yang subur dan masih memiliki wilayah perkebunan yang cukup luas, hal tersebut mendukung Desa Pelamunan untuk dapat meningkatkan hasil produksi pertanian maupun perkebunan, salah satunya adalah pisang. Pisang merupakan salah satu produk hasil perkebunan yang mudah ditanam dan tidak membutuhkan perawatan yang rumit, sehingga banyak ditemukan di banyak wilayah di Indonesia [2] termasuk di Desa Pelamunan, Kecamatan Kramatwatu, Kabupaten Serang, Banten. Karena hasil panen yang cukup melimpah, sehingga perlu alternatif pengolahan produk pertanian ini supaya dapat bernilai jual tinggi dan mampu mengangkat perekonomian masyarakat [3].

Di desa Pelamunan ini terdapat sebuah usaha di bidang pangan yang bernama “Keripik Pisang ADIF” yang memproduksi serta memasarkan produk keripik pisang secara tradisional. Usaha keripik pisang ini dibuat oleh Ibu Purwirahayu sejak tahun 2009. Konsumen “Keripik Pisang ADIF” ini rata-rata berasal dari daerah lokal Kabupaten Serang karena sistem penjualannya dengan memanfaatkan ruang kecil di rumah produksi untuk *display* barang serta menitikpannya ke beberapa warung. Gambar 1 menunjukkan keripik pisang yang telah dikemas dan siap dipasarkan hasil produksi UMKM “Keripik Pisang ADIF”. Pada Gambar 1, terlihat kemasan produk sangat sederhana dan sistem pemasarannya hanya memanfaatkan ruang seadanya. Sejak kasus pertama Covid-19 ditemukan di Indonesia, berbagai permasalahan perekonomian muncul di tengah masyarakat. Dampak tersebut juga dirasakan oleh Keripik Pisang ADIF. Di masa pandemi, tentu saja cara ini sangat tidak efektif karena kemasan tidak menonjolkan keunggulan barang yang dikemas, dan sistem pemasarannya masih dipasarkan secara langsung. Sebagai dampaknya, angka penjualan semakin menurun dan keuntungan penjualan juga semakin menipis [4-5]. Berdasarkan analisis situasi yang telah dilakukan, diperoleh bahwa bahwa masyarakat Desa Pelamunan Kramatwatu secara umum memiliki berbagai macam permasalahan baik dari segi pendidikan, ekonomi, kewirausahaan, dan sosial budaya. Berikut adalah uraian terkait permasalahan yang dialami oleh masyarakat Desa Pelamunan :

- Bidang Pendidikan.** Sebagian masyarakat Desa Pelamunan masih ada yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah. Namun, pemuda dan pemudi di desa ini masih memiliki wadah untuk menyalurkan kreativitas ataupun ide-ide diskusi untuk pembangunan desa walaupun belum sepenuhnya terwujud.
- Bidang Ekonomi.** Sebagian besar kepala keluarga Desa Pelamunan bekerja sebagai buruh tani, tukang ojek, dan buruh pabrik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sedangkan untuk para ibu membantu menambah penghasilan keluarga sebagai asisten rumah tangga ataupun berdagang.
- Bidang Kewirausahaan.** Sebagian besar masyarakat Desa Pelamunan masih belum memiliki motivasi ataupun modal untuk dapat berwirausaha. Terbatasnya modal yang ada, serta kurangnya ilmu pengetahuan terkait kewirausahaan yang mandiri menjadi alasan terjadinya permasalahan tersebut. Pemberian motivasi serta sistem pelatihan kewirausahaan yang tepat sangat diperlukan masyarakat desa ini supaya dapat berkembang dan mengangkat derajat kehidupannya di masa yang akan datang.
- Bidang Sosial Budaya.** Tingkat pendidikan berpengaruh terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat. Masih adanya pemikiran-pemikiran primitif seperti hidup apa adanya dan tidak memiliki cita-cita tinggi, menjadikan kehidupan masyarakat Desa Pelamunan masih berjalan statis.

Terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada “Keripik Pisang ADIF” yang menyebabkan terjadinya penurunan daya beli masyarakat, diantaranya adalah kemasan produk yang sangat tradisional dan sederhana dengan logo produk apa adanya, yaitu hanya berupa kertas yang dicetak di atas kertas HVS tanpa warna. Hal ini membuat tampilan produk keripik pisang yang dipasarkan menjadi tidak menarik. Kelemahan yang berikutnya adalah keterbatasan konsumen dalam mengakses produk, karena produk hanya dititipkan kepada warung atau pedagang kecil di sekitar rumah produksi. Dua permasalahan ini menjadi penentu keberhasilan dalam berwirausaha, sehingga perlu dilakukan inovasi dalam hal kemasan dan sistem pemasarannya. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menambah wawasan masyarakat terkait bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) dan membuka peluang usaha baru bagi warga sekitar sehingga dapat mengangkat derajat perekonomian keluarga serta memiliki masa depan yang lebih baik. Selain itu, masyarakat juga perlu mengetahui banyak hal terkait sistem kewirausahaan untuk memperoleh suatu keuntungan. Upaya yang maksimal diharapkan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat untuk memperoleh kesejahteraan. Semangat kewirausahaan juga perlu dipupuk dan ditingkatkan agar dapat menjadi pribadi yang lebih mandiri dan berkembang baik dari segi sosial maupun ekonomi.

## 2. Metode Pelaksanaan

Terdapat beberapa solusi yang ditawarkan dan telah disusun secara terencana. Solusi-solusi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- Peningkatan kapasitas produksi** yang lebih cepat dan efisien dari segi tenaga dan waktu dengan kualitas yang lebih baik dapat dilakukan dengan pengirisan buah pisang yang tidak lagi dilakukan menggunakan pisau tetapi menggunakan alat pengiris dan digerakkan dengan motor penggerak (dinamo), sehingga dari segi waktu dan tenaga akan jauh lebih efisien [6].
- Peningkatan kualitas produksi** agar keripik pisang yang dihasilkan memiliki ukuran, tekstur, dan kerenyahan yang lebih baik, maka pisau pengiris dibuat dari bahan *stainless steel* sehingga terhindar dari proses pencoklatan. Tebal atau tipis irisan pisang dibuat seragam sehingga bentuk dan ukuran keripik menjadi seragam dan dalam penggorengan akan menghasilkan keripik dengan kematangan seragam.

- c. Peningkatan daya jual produk dengan melakukan beberapa inovasi yaitu logo, kemasan, dan sistem penjualan. Desain kemasan produk dibuat lebih aman, menarik, dan ekonomis dengan pouch plastic ataupun paperbag yang mencantumkan desain logo terbaru. Strategi pemasaran dibuat dengan melibatkan sistem digital dan memanfaatkan media sosial yang ada [7].

Masing-masing solusi yang ditawarkan memiliki target luaran yang diharapkan. Luaran yang ditargetkan dari Program Kemitraan Masyarakat ini adalah model kemasan dan sistem pemasaran “Keripik Pisang ADIF” yang inovatif. Untuk mencapai luaran tersebut, terdapat beberapa langkah yang dilakukan, yaitu sosialisasi atau penyuluhan, pelatihan dan pendampingan, serta implementasi program. Sosialisasi atau penyuluhan dilakukan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai pentingnya inovasi serta diskusi tentang konsep pembaharuan yang perlu dilakukan oleh “Keripik Pisang ADIF”. Tahap selanjutnya adalah pelatihan dan pendampingan dalam hal desain logo dan kemasan produk yang inovatif dan menarik. Pada tahap ini, mitra diberikan pelatihan sekaligus pendampingan dalam membuat desain logo produk dan informasi apa saja yang perlu dicantumkan pada kemasan. Pelatihan ini dilakukan agar mitra mempunyai kemampuan dan keterampilan dalam melakukan inovasi sehingga kemasan produknya dapat terus mengikuti perkembangan jaman. Pelatihan dan pendampingan juga dilakukan dalam hal pembuatan akun media sosial untuk keperluan promosi dan penjualan produk secara *online*.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Sosialisasi Program

Sosialisasi program dilaksanakan pada tanggal 21-23 Juni 2022, bertempat di rumah produksi “Keripik Pisang ADIF”, Desa Pelamunan, Kecamatan Kramatwatu, Serang-Banten. Sosialisasi tersebut berjalan dengan lancar, dengan dihadiri tim pengabdian kepada masyarakat Untirta yang terdiri dari dosen dan mahasiswa, juga pihak UMKM serta ketua RT setempat. Dokumentasi kegiatan sosialisasi ditunjukkan pada Gambar 2.



**Gambar 2. Sosialisasi Kegiatan di UMKM Keripik Pisang ADIF.**

Pada acara sosialisasi, narasumber memberikan materi mengenai pentingnya inovasi dalam usaha pangan sehingga dapat meningkatkan angka penjualan dan lebih menguntungkan pelaku usaha. Narasumber juga melakukan pendekatan-pendekatan persuasif dan memberikan contoh-contoh inovasi yang telah diterapkan beberapa pelaku usaha yang berhasil berkembang hingga skala nasional. Melalui cara ini, pihak UMKM dapat menerima masukan-masukan dan bersedia dilakukan pendampingan dan pelatihan yang berkaitan dengan inovasi terhadap kemasan dan model pemasaran produknya.

#### 3.2. Pelatihan dan Pendampingan Program

Pada tahap pelatihan, dilakukan simulasi produksi keripik pisang dengan rasa manis dan asin seperti yang biasa dilakukan oleh UMKM keripik Pisang ADIF, dengan peningkatan jumlah produksi agar menghemat biaya per batch. Produk tersebut kemudian dikemas dengan metode konvensional, yaitu berupa plastik transparan dan kertas segiempat bertuliskan identitas/brand. Plastik kemasan yang digunakan dibeli di pasar tradisional dengan harga relatif murah, kemudian di-*press* menggunakan alat untuk mencegah kontak dengan udara luar selama penyimpanan. Dengan cara ini, pihak UMKM dapat mendistribusikan produknya ke beberapa tempat dengan umur simpan paling lama 7 hari di dalam kemasan plastik. Singkatnya waktu simpan ini disebabkan oleh penyegeletan yang kurang sempurna karena keterbatasan alat. Gambar 3 merupakan hasil pengemasan produk keripik pisang ADIF secara sederhana yang selama ini diterapkan di UMKM tersebut.



**Gambar 3. Kemasan sederhana keripik pisang ADIF rasa (a) original dan (b) manis.**

Narasumber kemudian memberikan pelatihan kepada mitra mengenai desain logo dan kemasan. Desain logo yang diperoleh dari kegiatan ini ditampilkan seperti pada gambar 4.



Gambar 4. Inovasi desain logo baru “Keripik Pisang ADIF”.

Dari Gambar 3 dan Gambar 4 dapat dibandingkan antara desain logo produk yang lama dengan yang baru. Pada kemasan produk yang lama (Gambar 3), hampir dapat dikatakan bahwa produk ini tidak memiliki logo sama sekali, karena hanya berupa tulisan yang diketik tanpa bentuk khusus. Desain logo baru pada Gambar 4 mempunyai makna bahwa produk ini berbasis keripik pisang dengan merk “Keripik Pisang ADIF”. Warna yang digunakan juga menarik, dengan nuansa kuning dan oranye yang melambangkan kehangatan dan kemakmuran. Logo yang telah berhasil didesain tersebut kemudian dimasukkan ke dalam konsep desain stiker yang kemudian ditempelkan pada kemasan plastik berbentuk pouch. Desain stiker kemasan ditunjukkan pada Gambar 5.



Gambar 5. Desain stiker kemasan.

Desain stiker kemudian dicetak dan ditempelkan pada kemasan plastic pouch. Desain model kemasan ini dipilih agar saat display produk mudah dalam penataan dan tidak mudah terguling. Gambar 6 menunjukkan produk keripik pisang yang telah dikemas menggunakan kemasan yang baru.



Gambar 6. Keripik Pisang ADIF dalam kemasan pouch plastic.

Dari Gambar 6 terlihat bahwa produk yang telah dikemas memiliki tampilan yang menarik dan mudah ditata. Dengan kemasan seperti ini, harga jual pun dapat dinaikkan karena sepadan dengan tampilannya yang elegan. Penyegelan dapat dilakukan dengan lebih praktis dan cepat karena desain plastiknya memiliki sistem *ziplock* sehingga tidak memerlukan alat tambahan saat proses pengemasan. Pada tahap pemasaran produk, telah dibuat akun instagram (IG) “keripikpisangadif” sebagai wujud dari penerapan sistem digital dalam pengembangan UMKM “Keripik Pisang ADIF”. Tampilan akun IG tersebut ditunjukkan pada Gambar 7.



Gambar 7. Tampilan IG untuk Pemasaran Keripik Pisang ADIF.

### 3.3. Evaluasi

Evaluasi dilakukan setelah produksi dan pemasaran untuk mengetahui hasil dari inovasi yang dilakukan serta strategi lanjutan yang sesuai demi tercapainya tujuan secara maksimal. Teknologi pengembangan dalam hal ini yaitu terfokus pada marketing produk dengan menggunakan sistem digital. Kegiatan utama yang dilakukan untuk dapat mengembangkan usaha "Keripik Pisang ADIF" adalah dengan mengelola akun sosial media yang telah dibuat dengan cara terus dilakukan pembaruan informasi serta tampilan.. Setelah terkelola dengan baik, maka kegiatan-kegiatan selanjutnya dapat berkembang seperti misalnya promosi-promosi secara online maupun offline.

## 4. Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari kegiatan ini adalah bahwa inovasi dalam hal pengemasan dan pemasaran produk membawa dampak yang sangat penting dalam upaya pengembangan UMKM, khususnya Keripik Pisang ADIF. Dengan pengemasan dengan tambahan inovasi dan membangun teknologi marketing yang berdampak menambah keuntungan dalam bisnis dan menambah pelanggan yang ada.

### Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya diberikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (UNTIRTA) atas dukungan pendanaan yang diberikan dalam skema Hibah Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) tahun 2022.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] PPID Provinsi Banten. (2022). *Data Nama Desa di Kabupaten Serang*. Diakses pada 1 Agustus 2022. Tersedia pada <https://dmsspidd.bantenprov.go.id/upload/dms/54/kab-serang.pdf>.
- [2] Ekaputri, S. (2013). Perbandingan keragaman morfologi pisang kepok unti sayang (musa balbisiana) hasil subkultur 1 sampai 6. [*Skripsi*]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [3] Ismanto, H. (2015). *Pengolahan Tanpa Limbah Tanaman Pisang*. *Laboratorium Pengolahan Hasil Pertanian*. Batangkaluku: Balai Besar Pelatihan Pertanian.
- [4] Fausayana, I., Rosmawaty, R., & Akhyar, A. (2019). Peningkatan margin kontribusi dan nilai tambah aneka produk olahan rumput laut di Desa Bungin Permai, Konawe Selatan, Sulawesi Tenggara. *Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 5, no. 1, pp. 71-76. DOI: 10.29244/agrokreatif.5.1.71- 76
- [5] Rahman, S. (2015). Analisis nilai tambah agroindustri chips jagung. *Jurnal Aplikasi Teknologi Pangan*. Vol. 4, no. 3, pp. 108–111. DOI: 10.17728/jatp.v4i3.136.
- [6] Siddiqah, M. (2002). Biodiversitas dan hubungan kekerabatan berdasarkan karakter morfologi berbagai plasma nutfah pisang. [*Disertasi*]. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- [7] Coronel, R. E., Danimihardja, S., & Verheij, E. W. M. (1991). *Sumber Daya Nabati Asia Tenggara: Buah-Buahan yang Dapat Dimakan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.