ISSN: 3090-0662
JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat
Vol. 3, No. 3, November 2026
Availaible Online at https://jbima-jurnal.com

Pendampingan *Repacking* dan *Rebranding* Produk Keripik Sayur pada KWT Rezeki Desa Genilangit

Dian Tri Anjarsari[1)]*, Syahrul Rizal Barrul 'Alam[2)], Hafidz Mahfudz[3)], Nadeshiko Azima Putra Sutomo[4)], Nur Wahid Zaenal Arief[5)], Amanda Mei Puspita[6)], Sudarno[7)]

[1]Program Studi Akuntansi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[2]Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[3]Program Studi Ekonomi Syariah, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[4]Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[5]Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[6]Program Studi Pendidikan Matematika, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.
[7]Program Studi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Ponorogo, Indonesia.

Diterima: 07 10 2026 | Direvisi: 20 10 2026 | Disetujui: 21 10 2026

Abstrak

Kelompok Wanita Tani (KWT) Rezeki Desa Genilangit, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, merupakan kelompok masyarakat yang mengolah potensi sayuran lokal menjadi produk keripik sayur. Produk tersebut memiliki potensi untuk dikembangkan, tetapi masih menghadapi permasalahan berupa penggunaan kemasan konvensional, keterbatasan informasi pada label, serta identitas merek yang belum optimal sehingga dapat memengaruhi daya tarik dan daya saing produk. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertujuan untuk mengoptimalkan repacking dan rebranding produk keripik sayur KWT Rezeki guna meningkatkan kualitas kemasan, memperkuat identitas merek, dan mendukung perluasan peluang pemasaran. Menggunakan metode partisipatif yang melibatkan 15 anggota KWT Rezeki dilaksanakan melalui tahapan observasi, identifikasi masalah, diskusi, pelatihan, praktik langsung, serta pendampingan. Rangkaian kegiatan meliputi pembuatan identitas visual, penimbangan, pengisian, penyegelan, hingga penerapan kemasan presisi. Hasilnya menunjukkan perbaikan nyata: 100 kemasan keripik sayur berhasil dikemas ulang (repacking) menggunakan standing pouch aluminium foil secara rapi, seragam, serta terlindungi. Secara visual, logo dan label baru dirancang memuat nama merek, komposisi, tanggal kedaluwarsa, berat bersih, kontak produsen, dan identitas lokal Desa Genilangit. Evaluasi pre-test dan post-test mencatat peningkatan rerata keterampilan peserta sebesar 78%. Kegiatan ini membuktikan bahwa repacking dan rebranding secara teknis efektif meningkatkan kerapian, kelengkapan informasi, dan keterampilan praktis anggota KWT dalam penyiapan produk. Keberlanjutan program selanjutnya memerlukan konsistensi penerapan identitas merek, pemenuhan legalitas usaha, serta evaluasi data penjualan dan respons pasar untuk mengukur dampak daya saing secara terukur.

Kata kunci: repacking, rebranding, genilangit, kwt rezeki, umkm

PENDAHULUAN

Desa Genilangit yang terletak di Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, Jawa Timur, merupakan kawasan pedesaan potensial yang berada di lereng Gunung Lawu dengan topografi perbukitan dan iklim yang sejuk. Secara geografis, desa ini kaya akan potensi pertanian hortikultura, khususnya berbagai jenis sayuran segar yang menjadi komoditas utama mata pencaharian masyarakat lokal. Salah satu kelompok masyarakat yang aktif menggerakkan roda perekonomian lokal adalah Kelompok Wanita Tani (KWT) Rezeki. KWT

* Korespondensi Penulis. E-mail: diantrianjarsari@gmail.com

Rezeki memanfaatkan kelimpahan hasil panen sayuran dengan mengolahnya menjadi produk bernilai tambah berupa keripik sayur. Namun, terlepas dari kualitas rasa produk yang baik, KWT Rezeki menghadapi hambatan dalam memperluas jangkauan pasar akibat keterbatasan standar kemasan dan identitas visual produk.

Permasalahan utama yang dihadapi mitra pengabdian (KWT Rezeki) berpusat pada aspek pengemasan (repacking) dan pencitraan merek (rebranding). Kemasan yang digunakan saat ini masih bersifat konvensional menggunakan plastik mika bening tanpa klip pelindung udara yang memadai, sehingga rentan mengalami penurunan kerenyahan produk dan memperpendek masa simpan (shelf life) (Adi et al., 2023). Kondisi ini menyebabkan keripik sayur KWT Rezeki sulit bersaing di pasar modern dan jaringan ritel nasional, serta kurang memiliki daya tarik visual (visual appeal) bagi konsumen di luar wilayah Magetan (Rahayu et al., 2024).

Pendampingan UMKM Indira House menunjukkan bahwa perbaikan aspek visual, warna, tipografi, pelabelan, informasi, keunikan, dan fungsi kemasan dapat meningkatkan daya tarik produk, kepercayaan konsumen, serta kemampuan produk untuk bersaing di pasar. Kemasan dengan informasi yang lebih jelas dapat mendorong minat pembelian ulang dan membangun loyalitas konsumen (Wirahadi et al., 2024). Dalam konteks produk pangan, kegiatan repacking tidak cukup dipahami sebagai pemindahan produk ke wadah baru, tetapi harus mencakup pemilihan bahan kemasan yang sesuai, desain visual, ukuran, penutupan, pelabelan, dan pencantuman informasi yang relevan. Penggunaan kemasan yang lebih baik dapat membantu menjaga kerenyahan, kebersihan, dan keamanan keripik selama penyimpanan maupun distribusi. Studi pengembangan keripik pohpohan di Desa Tamansari menunjukkan bahwa perubahan dari kemasan plastik sederhana menjadi kemasan aluminium foil bercetak penuh, disertai pembaruan merek, mampu meningkatkan daya tarik dan daya saing produk di pasar. Inovasi kemasan dan rebranding dapat menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan pasar UMKM (Wirahadi et al., 2024).

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan pada optimalisasi repacking dan rebranding produk keripik sayur KWT Rezeki sebagai upaya meningkatkan daya saing produk UMKM Desa Genilangit. Solusi yang ditawarkan meliputi identifikasi karakteristik dan keunggulan produk, pemilihan konsep kemasan, perancangan identitas merek, penyusunan informasi label, praktik pengemasan, serta pendampingan penggunaan desain baru dalam pemasaran. Pendekatan tersebut sejalan dengan hasil kegiatan pendampingan UMKM yang menunjukkan bahwa perbaikan desain kemasan, konsultasi pemasaran, dan pengenalan teknologi kemasan dapat memperkuat branding serta meningkatkan daya tarik produk (Maulidiya et al., 2025).

Dengan adanya kegiatan ini, KWT Rezeki diharapkan mampu menghasilkan kemasan yang lebih informatif, fungsional, menarik, dan sesuai dengan karakter produk keripik sayur. Selain itu, rebranding diharapkan dapat memperkuat citra produk, meningkatkan pengenalan merek, memperluas peluang pemasaran, serta mendorong peningkatan nilai jual produk. Pada akhirnya, optimalisasi repacking dan rebranding tidak hanya berfungsi sebagai perubahan tampilan, tetapi juga menjadi strategi pengembangan produk yang mendukung peningkatan daya saing dan keberlanjutan UMKM Desa Genilangit. Kajian teoritik menunjukkan bahwa kemasan modern (repacking) tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik, tetapi juga sebagai alat komunikasi pemasaran pasif yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Lilembalemba & Phiri, 2024). Strategi rebranding memainkan peran penting dalam menciptakan diferensiasi produk UMKM di tengah persaingan pasar yang ketat (Darwin et al., 2023). Dengan menerapkan standar kemasan kedap udara (standing pouch aluminum foil) serta desain visual yang relevan dengan tren pasar, daya saing (competitiveness) produk olahan pangan lokal dapat meningkat secara signifikan (Handayani & Mustika, 2022).

Jika dibandingkan dengan kegiatan pengabdian sebelumnya yang umumnya fokus pada aspek diversifikasi olahan pangan tanpa pendampingan pascaproduksi (Utami & Setiawan, 2021), program pengabdian ini menawarkan pendekatan yang lebih komprehensif. Solusi yang ditawarkan meliputi: (1) edukasi dan pelatihan pemeliharaan kualitas kemasan modern menggunakan standing pouch berbahan food grade, (2) pendampingan redesain identitas visual yang memiliki daya pikat estetis, (3) fasilitasi pencatatan kelengkapan label pangan sesuai standar BPOM, serta (4) pendampingan strategi pemasaran digital (digital marketing) melalui media sosial.

Harapan dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah terjadinya peningkatkan nilai jual (added value) serta efisiensi pemasaran keripik sayur KWT Rezeki. Dalam jangka panjang, kemasan dan citra merek baru diharapkan dapat memperpanjang masa simpan produk hingga 50%, memperluas jangkauan distribusi ke pasar ritel modern, dan secara langsung meningkatkan pendapatan anggota KWT Rezeki Desa Genilangit (Fitriarni et al., 2024). Tujuan utama dari pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk mengoptimalkan kemasan (repacking) dan strategi pencitraan merek (rebranding) pada produk keripik sayur KWT Rezeki Desa Genilangit, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, guna meningkatkan daya saing UMKM lokal serta mewujudkan kemandirian ekonomi masyarakat berbasis potensi desa.

METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan partisipatif melalui observasi, identifikasi masalah, diskusi, pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan kepada anggota KWT Rezeki sebagai mitra kegiatan. Pendekatan tersebut dipilih karena pelaku UMKM tidak hanya berperan sebagai penerima program, tetapi juga terlibat dalam menentukan konsep merek, desain kemasan, serta bentuk pengembangan produk. Metode kunjungan, identifikasi permasalahan, praktik, dan penetapan solusi secara bersama telah digunakan dalam pendampingan UMKM untuk mengembangkan label, pemasaran, dan rebranding produk. Seluruh rangkaian kegiatan dilaksanakan selama 4 minggu (1 Bulan) mulai dari minggu pertama hingga minggu keempat, dengan pembagian peran yang jelas antara Tim Pelaksana Pengabdian dan Mitra KWT Rezeki.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Koordinasi dan Persiapan
   Tahap persiapan diawali dengan koordinasi antara tim pelaksana dan pengurus KWT Rezeki untuk menyepakati waktu, tempat, peserta, kebutuhan kegiatan, serta pembagian tugas. Koordinasi dilakukan agar kegiatan dapat disesuaikan dengan kondisi produksi dan kemampuan anggota kelompok. Survei lokasi dan pelatihan merupakan bentuk metode yang dapat digunakan untuk memperoleh gambaran awal kondisi mitra sekaligus meningkatkan keterampilan pelaku UMKM (Cahyani et al., 2023).
   Waktu & Durasi: Minggu ke-1 (Hari ke-1), durasi 3 jam (09.00 – 12.00 WIB).
   Peserta/Personel: 5 orang Tim Pengabdian (Ketua & Anggota) dan 3 orang Pengurus Inti KWT Rezeki (Ketua, Sekretaris, Bendahara).
   Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a) Tim Pengabdian: Mengunjungi sekretariat KWT Rezeki untuk memaparkan garis besar program pengabdian, menyusun jadwal kerja bersama, menyepakati target luaran, serta menyiapkan instrumen observasi, lembar kesediaan mitra, dan bahan materi.
   b) Pengurus KWT Rezeki: Menyediakan data awal keanggotaan, menyepakati jadwal pelaksanaan pelatihan, serta menentukan lokasi ruang produksi yang akan digunakan untuk kegiatan.

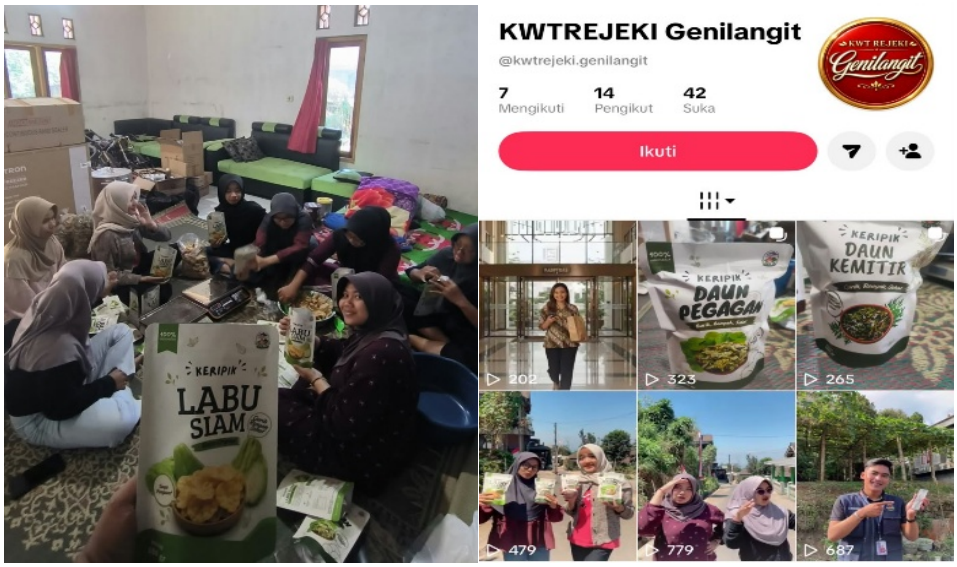
2. Observasi Kondisi UMKM
   Observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi produksi keripik sayur KWT Rezeki untuk melihat proses produksi, jenis kemasan yang digunakan, cara penyimpanan, sistem pelabelan, serta pola pemasaran produk. Observasi juga mencakup pengamatan terhadap karakteristik produk, seperti jenis keripik sayur, ukuran produk, tingkat kerenyahan, variasi rasa, ukuran penjualan, dan target konsumen. Data observasi digunakan sebagai dasar untuk menentukan bahan, bentuk, ukuran, dan desain kemasan yang sesuai. Teknik kunjungan dan identifikasi permasalahan dapat membantu tim pelaksana dan mitra memahami kendala usaha secara langsung sebelum menetapkan solusi.
   Waktu & Durasi: Minggu ke-1 (Hari ke-3), durasi 4 jam (08.00 – 12.00 WIB).
   Peserta/Personel: 7 orang Tim Pengabdian (Penanggung Jawab Observasi) dan 5 orang Anggota KWT Rezeki (Bagian Produksi).
   Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a) Tim Pengabdian: Melakukan peninjauan langsung ke dapur produksi keripik sayur Desa Genilangit. Tim mencatat dan mengambil foto/dokumentasi terkait jenis bahan kemasan lama (plastik mika bening tipis), metode penyegelan, variasi rasa (labu siam, pegagan, kemitir), serta cara penyimpanan stok produk.
   b) Anggota KWT Rezeki: Memperagakan alur produksi keripik sayur dari penggorengan hingga pengemasan lama, serta memberikan sampel produk untuk diuji tingkat kerenyahan dan bobot timbangannya oleh tim pelaksana.
3. Identifikasi Masalah (Fokus Diskusi Kelompok/FGD)
   Identifikasi masalah dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dan diskusi bersama pengurus serta anggota KWT Rezeki. Permasalahan yang diidentifikasi meliputi tampilan kemasan, kekuatan dan keamanan kemasan, keterbacaan label, konsistensi penggunaan merek, kelengkapan informasi produk, serta kemampuan kelompok dalam memasarkan produk.
   Waktu & Durasi: Minggu ke-1 (Hari ke-5), durasi 3 jam (13.00 – 16.00 WIB).
   Peserta/Personel: 14 orang Tim Pengabdian dan 12 orang Anggota KWT Rezeki.
   Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a) Tim Pengabdian: Memfasilitasi sesi diskusi terarah *(Focus Group Discussion)* menggunakan lembar instrumen wawancara semi-terstruktur. Tim mencatat kendala utama mitra, lalu mengelompokkan masalah ke dalam 3 aspek teknis (kemasan mudah bocor/melempem), aspek visual (stiker label polos), dan aspek pemasaran (jangkauan terbatas di pasar lokal dan penjualan langsung)
   b) Anggota KWT Rezeki: Menyampaikan secara aktif keluhan pembeli (seperti keripik remuk atau minyak merembes), ketiadaan kemasan produk yang menarik, serta keterbatasan kemampuan anggota dalam membuat desain kemasan secara digital.
4. Penyusunan Konsep Rebranding dan Desain Kemasan
   Tahap berikutnya adalah menyusun konsep rebranding produk keripik sayur KWT Rezeki. Konsep tersebut meliputi penentuan atau penyempurnaan nama merek, pembuatan logo, pemilihan warna, penentuan jenis huruf, penyusunan slogan, dan pengembangan narasi singkat mengenai produk serta asal-usulnya. Konsep visual dirancang dengan mempertimbangkan karakter Desa Genilangit, identitas KWT Rezeki, bahan baku sayuran, serta citra produk yang sehat, renyah, alami, dan higienis. Beberapa alternatif desain dapat disusun oleh tim, kemudian didiskusikan bersama mitra untuk memperoleh masukan dan memilih desain yang paling sesuai.
   Waktu & Durasi: Minggu ke-2 (Dilaksanakan selama 3 hari kerja, total durasi efektif 12 jam).

Peserta/Personel: 5 orang Tim Pengabdian (Tim Desain/Kreatif) dan 3 orang Pengurus KWT Rezeki (Wakil Mitra).
Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:

a) Tim Pengabdian: Merancang 3 alternatif *mock-up* desain logo dan kemasan berdiri (*standing pouch* berbahan aluminium foil berklip). Tim melengkapi draf label sesuai aturan BPOM (nama produk, komposisi, berat bersih, identitas produsen Desa Genilangit, tanggal kadaluwarsa, dan ruang nomor P-IRT).
b) Pengurus KWT Rezeki: Memilih 1 opsi desain terbaik dari 3 alternatif yang diajukan, memberikan masukan terkait pemilihan warna khas (hijau daun) dan slogan merek, serta menyetujui draf final untuk dicetak.

5. Pelatihan dan Praktik Repacking
Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk penyampaian materi, demonstrasi, dan praktik langsung. Materi pelatihan mencakup fungsi kemasan, kriteria kemasan pangan, kebersihan pengemasan, teknik penimbangan, pengisian produk, penyegelan, dan penyimpanan produk.
Waktu & Durasi: Minggu ke-3 (Hari ke-1), durasi 5 jam (08.00 – 13.00 WIB).
Peserta/Personel: 8 orang Tim Pengabdian (sebagai Fasilitator & Instruktur) dan 15 orang Anggota KWT Rezeki (dibagi menjadi 3 kelompok kerja, masing-masing 5 orang).
Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a) Tim Pengabdian: Memberikan pemaparan materi higienitas pengemasan, mendemonstrasikan penimbangan presisi, serta memperagakan teknik penyegelan *(sealing)* kemasan *standing pouch*.
   b) Anggota KWT Rezeki: Masing-masing kelompok mempraktikkan secara langsung 8 alur *repacking*:
      1) Memilah keripik sayur yang kering dan tidak gosong.
      2) Menyiapkan kemasan *standing pouch* baru.
      3) Menimbang produk sesuai takaran menggunakan timbangan digital.
      4) Memasukkan keripik ke dalam kemasan agar tidak remuk.
      5) Menghilangkan udara berlebih dari dalam kemasan.
      6) Menyegel rapat bagian atas kemasan.
      7) Melakukan pengujian kebocoran segel dengan menekan kemasan secara perlahan.
6. Pendampingan Penerapan Desain Baru dan Pemasaran
Setelah pelatihan, tim melakukan pendampingan untuk memastikan desain *rebranding* dan kemasan baru dapat diterapkan pada produk secara konsisten. Pendampingan mencakup pemeriksaan hasil *repacking*, ketepatan informasi, kualitas penyegelan, serta keseragaman penggunaan logo dan warna merek.
Waktu & Durasi: Minggu ke-3 hingga Minggu ke-4 (2 kali pertemuan pendampingan, masing-masing 3 jam, total 6 jam).
Peserta/Personel: 8 orang Tim Pengabdian dan 8 orang Anggota KWT Rezeki (Tim Pemasaran & Pengemasan KWT).
Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a. Tim Pengabdian: Mengawasi proses pengemasan mandiri untuk stok penjualan mingguan, mengoreksi posisi penempelan label yang miring, mendampingi pengambilan foto produk *(photoshoot)* kemasan baru menggunakan pencahayaan yang baik, serta membantu membuatkan akun media sosial dan profil toko online mitra.
   b. Anggota KWT Rezeki: Mengemas secara mandiri 100 kemasan produk stok baru, memproduksi foto produk kemasan baru, serta mengunggah foto kemasan baru

tersebut ke akun media sosial (Instagram, WhatsApp, TikTok) KWT Rezeki untuk mulai dipasarkan.



Gambar 1. Proses Pengemasan Produk dan Pemasaran di Sosial Media

7. Evaluasi dan Tindak Lanjut
   Waktu & Durasi: Minggu ke-4 (Hari Terakhir), durasi 3 jam (09.00 – 12.00 WIB).
   Peserta/Personel: 3 orang Tim Pengabdian dan 15 orang Anggota KWT Rezeki.
   Kegiatan Riil & Pembagian Tugas:
   a) Tim Pengabdian: Membagikan dan mengolah kuesioner evaluasi *(post-test)*, melakukan uji ketahanan kemasan (uji kebocoran segel dan kerenyahan keripik setelah simpan 1 minggu), serta menilai indikator keberhasilan (keterampilan *repacking*, pemahaman *branding*, dan kerapian kemasan).
   b) Anggota KWT Rezeki: Mengisi lembar evaluasi, menyampaikan kendala teknis yang dirasakan, serta menyusun rencana pembelian kemasan secara berkelanjutan bersama pengurus kelompok.

Tabel 1. Keberhasilan Kegiatan Pendampingan

No	Indikator Evaluasi/Aspek Keterampilan	Jumlah Peserta yang Dinilai	Tingkat Penguasaan Awal (Observasi)	Tingkat Penguasaan Akhir (Praktik Mandiri)	Persentase Keberhasilan/ Peningkatan
1	Pemahaman fungsi kemasan & standar label BPOM	15 orang	3 orang (20%)	14 orang (93,3%)	+73,3%
2	Keterampilan menimbang berat bersih secara presisi	15 orang	4 orang (26,7%)	15 orang (100%)	+73,3%
3	Teknik penyegelan kemasan *(sealing)* dengan rapi dan kuat	15 orang	2 orang (13,3%)	14 orang (93,3%)	+80,0%
4	Ketepatan dan kerapian kemasan *repacking* & *rebranding*	15 orang	2 orang (13,3%)	15 orang (100%)	+86,7%

Rata - Rata Keseluruhan	15 orang	18,3% (Kategori Rendah)	96,7% (Kategori Sangat Baik)	+78,4%

Data kegiatan dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan evaluasi praktik. Observasi digunakan untuk memperoleh informasi mengenai kondisi awal produk dan kemasan, sedangkan wawancara digunakan untuk menggali kebutuhan, kendala, dan harapan mitra. Dokumentasi dilakukan melalui foto kegiatan, foto kemasan sebelum dan sesudah perbaikan, serta catatan proses pelatihan. Evaluasi praktik digunakan untuk mengetahui kemampuan anggota KWT Rezeki dalam melakukan repacking dan menerapkan identitas merek baru. Data hasil evaluasi dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah kegiatan. Perubahan yang diamati meliputi tampilan kemasan, kelengkapan informasi, kerapian proses pengemasan, pemahaman mitra, serta kesiapan kelompok dalam menggunakan kemasan baru.

Mitra berpartisipasi secara aktif dan kolaboratif dalam seluruh rangkaian kegiatan melalui pendekatan partisipatif. Pada tahap awal, anggota KWT Rezeki terlibat langsung dalam mengidentifikasi permasalahan usaha, memetakan karakter produk, dan memberikan data operasional. Dalam pengambilan keputusan strategis, tim pelaksana dan mitra berdiskusi secara bersama untuk menentukan konsep visual logo, pemilihan bahan kemasan, penetapan variasi ukuran produk, serta kelengkapan informasi pada label (komposisi, tanggal kedaluwarsa, dan nomor izin P-IRT). Selain itu, mitra menyediakan sampel produk serta fasilitas tempat untuk praktik pengemasan dan pelatihan sealing.

Berdasarkan evaluasi pascapelatihan, seluruh anggota KWT Rezeki (100%) yang hadir telah mampu melakukan proses repacking dan penyegelan kemasan secara mandiri tanpa bantuan teknis dari tim pengabdi. Tim pelaksana berperan sebagai fasilitator, narasumber, pendamping desain, dan evaluator, sedangkan KWT Rezeki bertindak sebagai pelaku utama yang mengoperasikan hasil repacking dan rebranding tersebut dalam kegiatan produksi harian. Dari segi dampak, perubahan fisik kemasan dan peningkatan kerapian tampilan produk dapat dibuktikan secara langsung melalui dokumentasi before-after. Adapun potensi peningkatan jangkauan pasar dan volume penjualan masih merupakan proyeksi dampak jangka panjang yang keberhasilannya akan terus dipantau melalui pencatatan buku kas sederhana oleh pengurus KWT.

Sebelum kegiatan pengabdian dilaksanakan, KWT Rezeki menggunakan kemasan plastik mika bening tipis (Polypropylene biasa) berketebalan 0,3 mm dengan zipper. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian bersama mitra menyepakati penggantian jenis kemasan baru sebanyak 100 kemasan dengan beberapa spesifikasi. Bahan kemasan standing pouch aluminium foil 100 micron, dilengkapi zipper lock. Mekanisme penyegelan penguncian menggunakan zipper lock internal pada bagian atas kemasan. Dasar pemilihan bahan lapisan aluminium foil dipilih karena memiliki sifat konduktivitas dan penghalang (barrier property) yang sangat baik terhadap paparan oksigen, uap air, kelembapan udara, dan sinar matahari langsung.

Penggunaan kemasan aluminium foil ini berpotensi memperpanjang masa simpan dan menjaga tingkat kerenyahan produk keripik sayur hingga 3–6 bulan. Namun demikian, peningkatan masa simpan tersebut saat ini masih berupa potensi teknis yang perlu dibuktikan lebih lanjut melalui pengujian laboratorium (accelerated shelf-life testing/ASLT) atau uji organoleptik berkala, mengingat dalam kegiatan ini belum dilakukan uji laboratorium khusus terkait umur simpan (shelf-life) produk.

ISSN: 3090-0662
JBIMA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Vol 3, No.3, November 2026: 289-297



Gambar 2. Kemasan Keripik Sayur KWT Rezeki Desa Genilangit Sebelum dan Sesudah Proses *Repacking*

Perancangan label kemasan baru disesuaikan dengan Peraturan BPOM mengenai Label Pangan Olahan untuk memastikan transparansi informasi kepada konsumen. Produk keripik sayur KWT Rezeki saat ini belum sepenuhnya memiliki perizinan edar resmi (Sertifikasi Halal). Tim pengabdian baru memfasilitasi penyiapan kemasan standar BPOM dan pendampingan kelengkapan berkas administrasi. Oleh karena itu, penjualan produk masih terbatas pada pasar lokal, toko oleh-oleh kemitraan, dan pemasaran secara langsung.

Transformasi tampilan visual dari kemasan plastik polos menjadi standing pouch aluminium foil dengan label informatif memberikan perubahan signifikan pada perceived value (nilai persepsi) produk keripik sayur Desa Genilangit. Peningkatan visualisasi dan kerapian kemasan membuka peluang masuknya produk ke segmentasi pasar yang lebih luas, seperti minimarket lokal, toko oleh-oleh kawasan wisata Genilangit, dan pameran UMKM.

Peningkatan daya saing produk dalam kegiatan pengabdian ini masih berada pada ranah potensi pasar. Mengingat keterbatasan waktu pendampingan, kegiatan ini belum mengukur data kuantitatif berupa kenaikan omzet penjualan, volume transaksi bulanan, perluasan jumlah pelanggan, maupun analisis tanggapan konsumen secara luas. Dampak ekonomi mendalam tersebut menjadi indikator keberhasilan yang akan dievaluasi pada tahap pengabdian masyarakat lanjutan.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada KWT Rezeki di Desa Genilangit telah berhasil merealisasikan dua capaian utama, yaitu pembenahan identitas merek (rebranding) dan peningkatan keterampilan pengemasan ulang (repacking). Produk keripik sayur yang semula menggunakan plastik mika bening tipis kini telah beralih ke kemasan standing pouch aluminium foil berlapis film dengan pengunci zipper lock. Label kemasan telah disesuaikan dengan standar informasi pangan olahan BPOM, mencantumkan nama merek, komposisi, berat bersih, P-IRT, identitas produsen, dan tanggal kedaluwarsa.

Berdasarkan evaluasi unjuk kerja (hands-on practice), sebanyak 15 anggota KWT Rezeki mengalami peningkatan keterampilan teknis dalam menimbang presisi (100%), penyegelan secara mandiri (93,3%), serta ketepatan kerapian kemasan secara simetris dan rapi (100%). Penguatan aspek visual dan kualitas fisik kemasan ini memberikan landasan awal bagi peningkatan perceived value (nilai persepsi) produk. Peningkatan daya saing usaha saat ini terealisasi pada tingkat kesiapan visual dan teknis produk, sedangkan dampak ekonomi

langsung seperti omzet dan perluasan pasar masih berupa potensi yang perlu diukur pada tahap evaluasi jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah Ponorogo, khususnya pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Desa Genilangit, Kecamatan Poncol, Kabupaten Magetan, serta Kelompok Wanita Tani (KWT) Rezeki yang telah memberikan izin, dukungan, dan berpartisipasi aktif selama pelaksanaan kegiatan repacking dan rebranding produk keripik sayur. Terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian ini dapat terlaksana dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan produk serta peningkatan profesionalitas dan daya saing UMKM KWT Rezeki.

DAFTAR PUSTAKA

Adi, P., Mulyani, R., Bherly, C., Wibowo, F., Siwi, R., & Khirana, P. (2023). Keripik Kulit Singkong sebagai Upaya Pemanfaatan Limbah Bernilai Ekonomis di UMKM Keripik Selo Gedong Cassava Peel Chips as an Effort to Utilize Economic Value Waste in Keripik Selo Gedong MSME. 7(1), 23–29.

Cahyani, R., Kosasih, U., Sulastri, Y., & Gita, T. W. (2023). Pendampingan Pemasaran UMKM Camilan di Kampung Jamuju Desa Sindulang Kecamatan Cimanggung Kabupaten Sumedang (Technical Assistance for MSMEs Snack Marketing in Jamuju Village , Sindulang Village , Cimanggung District , Sumedang Regency). 5(2), 150–158.

Darwin, K., Arizah, A., Fuada, N., & Sulistiyanti, R. (2023). Peningkatan Daya Saing Usaha Kuliner Setelah Pandemi Covid-19. 7(2), 1–2.

Fitriarni, D., Zulfahmi, A. N., Hastuti, N. D., Cholid, I., Arianti, I., & Wardanu, A. P. (2024). DI Umkm Sang Bintang Kabupaten Ketapang Untuk Meningkatkan Daya Saing Jurnal BUDIMAS (ISSN : 2715-8926). 06(01), 1–7.

Handayani, N., & Mustika, H. (2022). Peningkatan Bisnis UMKM Kerupuk Melalui Optimalisasi Packaging Produk. 01(02), 95–102.

Lilembalemba, I., & Phiri, J. (2024). Effects of Social Media Marketing on Brand Awareness Based on the Stimulus Organism Response Model in Developing Countries. 615–633. https://doi.org/10.4236/ojbm.2024.121035

Maulidiya, S. E., Khairunnisa, S. F., Sianipar, T. A., & Sari, Y. (2025). Pendampingan Perbaikan Kemasan dan Uji Kandungan Nutrisi Jus Kweni (Mangifera odorata) UMKM Indira House , Kabupaten Bogor (Assistance for Packaging Improvement and Nutrition Content Test of Kweni Juice (Mangifera odorata) UMKM Indira House , Bogor Regency). 11(1).

Rahayu, N. S., Rohman, A., Trianasari, E., & Muzaka, K. (2024). Peningkatan Omzet Penjualan Produk Hasil UMKM " PEPAYA " dengan Upgrade Packaging. 4(4), 389–394. https://doi.org/10.47065/jpm.v4i4.1838

Wirahadi, S., Sari, K., Ramadhani, H. F., Jesika, R., Maria, T., Trianadewi, J., Luthfi, M., Gifari, A., Wafa, Y. A., Ismail, M., Alifa, N. N., & Kartika, L. (2024). Pengembangan UMKM dengan Inovasi Pengemasan dan Kemitraan di Desa Tamansari , Bogor (Development of MSMEs through Packaging Innovation and Partnerships in Tamansari Village , Bogor). 6, 151–160.