

**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA REGULER
PERIODE I TAHUN ANGGARAN 2024
NOMOR: 0210-Int-KLPPM/UNTAR/III/2024**

Pada hari ini Senin tanggal 25 bulan Maret tahun 2024 yang bertanda tangan dibawah ini:

1. Nama : Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D., P.E., M.ASCE
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat selanjutnya disebut **Pihak Pertama**
2. Nama : Mei Ie, S.E., M.M
NIDN/NIDK : 0313047803
Jabatan : Dosen Tetap
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana pengabdian:
 - a. Nama dan NIM : Salsabilla Ayundha Martsha Buana [115210285]
 - b. Nama dan NIM : Chiara Rizka Yukianti [115210013]selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Skema Reguler Periode I Tahun 2024 Nomor **0210-Int-KLPPM/UNTAR/III/2024** Tanggal **25 Maret 2024** sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan Pengabdian "**Pengembangan Desain Kemasan untuk Menunjang Pemasaran Produk**"
- (2). Besaran biaya yang diberikan kepada **Pihak Kedua** sebesar Rp 9.000.000,- (Sembilan juta rupiah) diberikan dalam 2 (dua) tahap masing-masing sebesar 50%. Tahap I diberikan setelah penandatanganan Perjanjian ini dan Tahap II diberikan setelah **Pihak Kedua** mengumpulkan **luaran wajib berupa artikel dalam jurnal nasional dan luaran tambahan, laporan akhir dan poster.**

Pasal 2

- (1) **Pihak Kedua** diwajibkan mengikuti kegiatan monitoring dan evaluasi sesuai dengan jadwal yang ditetapkan oleh **Pihak Pertama**.
- (2) Apabila terjadi perselisihan menyangkut pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat ini, kedua belah pihak sepakat untuk menyelesaikannya secara musyawarah. Demikian Perjanjian ini dibuat dan untuk dilaksanakan dengan tanggungjawab.

Pihak Pertama



Ir. Jap Tji Beng, MMSI., M.Psi., Ph.D.,
P.E., M.ASCE

Pihak Kedua



Mei Ie, S.E., M.M

Lembaga

- Pembelajaran
- Kemahasiswaan dan Alumni
- Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat
- Penjaminan Mutu dan Sumber Daya
- Sistem Informasi dan Database

Fakultas

- Ekonomi dan Bisnis
- Hukum
- Teknik
- Kedokteran
- Psikologi
- Teknologi Informasi
- Seni Rupa dan Desain
- Ilmu Komunikasi
- Program Pascasarjana

**LAPORAN AKHIR
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**



**PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN
UNTUK MENUNJANG PEMASARAN PRODUK**

Disusun oleh:

Mei Ie, S.E., M.M. (10101616 / 0313047803)

Anggota:

Salsabilla Ayundha Martsha Buana (115210285)
Chiara Rizka Yukianti (115210013)

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
TAHUN 2024**

HALAMAN PENGESAHAN
LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Periode 1 / Tahun 2024

1. Judul : Pengembangan Desain Kemasan untuk Menunjang Pemasaran Produk
2. Nama Mitra PKM : UMKM SINTA
3. Dosen Pelaksana
 - a. Nama dan gelar : Mei Ie, S.E., M.M.
 - b. NIK/NIDN : 10101016 / 0313047803
 - c. Jembatan/gol. : Dosen/Lektor
 - d. Program studi : Manajemen
 - e. Fakultas : Ekonomi & Bisnis
 - f. Bidang keahlian : Kewirausahaan, Manajemen SDM
 - g. Nomor HP/Telepon : 0895800279865
4. Mahasiswa yang Terlibat
 - a. Jumlah Anggota (Mahasiswa) :
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Salsabilla Ayundha M. Buana /115210285
 - b. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Chiara Rizka Yukianti / 115210013
5. Lokasi Kegiatan Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Cirebon
 - b. Kabupaten/kota : Cirebon
 - c. Provinsi : Jawa Barat
6. Metode Pelaksanaan : Luring
7. Luaran yang dihasilkan :
 - a. Luaran Wajib : Artikel Ilmiah
 - b. Luaran Tambahan : HKI
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Januari – Juni 2024
9. Biaya yang disetujui : Rp 9.000.000,-

Jakarta, 30 Juli 2024

Menyetujui

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat



Ir. Jap Tji Beng, MMSI, M.Psi.,
Ph.D., P.E., M.ASCE
NIK: 10381047

Ketua Tim Pengusul

Mei Ie, S.E., M.M.
NIK: 10101016

RINGKASAN

Kemasan produk merupakan salah satu aspek penting dalam menarik awareness konsumen, terutama dalam konteks UMKM yang bergerak ke arah digitalisasi dan ekspansi pasar ekspor. Kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga berperan penting dalam melindungi produk selama proses distribusi. Namun, tidak semua UMKM dapat melakukan inovasi dan mempertahankan usahanya, jikalau mereka belum memiliki pola pemikiran bisnis yang baik dan jiwa wirausaha yang dapat berkompetisi secara sehat atau bahkan analisa kebutuhan sekitarnya.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari pihak PKM Universitas Tarumanagara melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini kepada UMKM Sinta adalah memberikan bekal pengetahuan mengenai peningkatan analisa bisnis ataupun produk sesuai kebutuhan pasar kepada UMKM Sinta serta membantu mengenalkan strategi pengembangan produk untuk upaya peningkatan *awareness* pada produk dengan dibuatnya *price tag* dan kemasan yang lebih menarik bagi konsumen.

Solusi yang dapat dilakukan pihak PKM Universitas Tarumanagara dalam menyelesaikan permasalahan mitra (UMKM Sinta) adalah dengan dilakukannya kegiatan PKM berkaitan dengan kewirausahaan dengan membantu membuat desain *mock up dust bag* dan kemasan box yang sekiranya nanti dapat digunakan oleh pihak mitra. Pada kegiatan penyampaian materi, pihak mitra akan dibekali mengenai pengetahuan dan keterampilan untuk dapat meningkatkan kemampuan berinovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pangsa pasar yang terus berubah.

Kata Kunci: kewirausahaan, desain kemasan, promosi produk, pemasaran

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Analisis Situasi.....	1
1.2 Permasalahan Mitra.....	2
1.3 Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait	3
1.4 Keterkaitan Topik dengan Peta Jalan PKM	3
BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN	
2.1 Solusi Permasalahan	4
2.2 Rencana Luaran Kegiatan PKM	5
BAB 3 METODE PELAKSANAAN	
3.1 Bentuk/Jenis Metode Pelaksanaan	6
3.2 Langkah-Langkah/Tahapan Pelaksanaan	6
3.2 Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM	8
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI	9
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	12
DAFTAR PUSTAKA	13

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Sejak awal tahun 2024, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa kita kenal sebagai UMKM, di Indonesia mengalami perkembangan signifikan dalam berbagai aspek, terutama dalam hal digitalisasi dan ekspor. Dengan adanya perkembangan dan peluang yang ada, Presiden Joko Widodo telah menargetkan sebanyak 30 juta UMKM di Indonesia untuk *go digital* pada tahun 2024. Inisiatif ini didukung dengan adanya berbagai kebijakan dan program yang disiapkan pemerintah, termasuk penyederhanaan perizinan, perluasan akses terhadap permodalan, penguatan inovasi dan teknologi, serta peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui pelatihan keahlian baru. Selain itu, pemerintah juga menekankan pentingnya pendataan tunggal yang komprehensif dan akurat untuk memperkuat basis data tunggal UMKM, yang akan membantu navigasi pengembangan UMKM yang lebih fokus, terarah, dan berkelanjutan (Intan, 2022).

Dalam hal ekspor, pemerintah Indonesia saat ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kontribusi ekspor produk UMKM hingga 17% pada tahun 2024. Untuk mencapai tujuan ini, pemerintah aktif bekerja sama dengan berbagai lembaga, seperti lembaga sertifikasi percepatan ekspor, lembaga pembiayaan, dan Bea Cukai. Peningkatan kuantitas, kualitas, dan literasi UMKM dalam hal ekspor juga merupakan bagian dari strategi ini. Memperkuat ekosistem produk yang memiliki potensi ekspor dan memastikan bahwa produk memenuhi standar kualitas yang diinginkan di pasar global menjadi suatu fokus utama (Prodjo, 2022).

UMKM Sinta menjual produk *fashion* seperti baju dan tas yang dibuat sendiri dari para produsen lokal Cirebon. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik pengunjung juga, terutama pengunjung yang memiliki ketertarikan tinggi dalam aksesoris, *fashion*, ataupun kelokalan. Sayangnya, tas kerajinan yang mereka jual, tidak memiliki *price tag* yang menarik dan kemasan yang menarik. Sehingga dapat menimbulkan kemungkinan kurangnya *experince* atau *awareness* dari konsumen tas tersebut.

Kemasan produk merupakan salah satu aspek penting dalam menarik *awareness* konsumen, terutama dalam konteks UMKM yang bergerak ke arah digitalisasi dan ekspansi pasar ekspor. Kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga berperan penting dalam melindungi produk selama

proses distribusi. Hal ini menjadi semakin relevan ketika UMKM memasuki pasar global, di mana standar kemasan dan presentasi produk seringkali lebih tinggi dan dapat menjadi faktor kunci dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Kemasan yang inovatif dan mencerminkan nilai-nilai budaya lokal juga dapat memberikan nilai tambah tersendiri di pasar internasional, di mana produk-produk asli dan unik seringkali dicari oleh konsumen.

Namun, tidak semua UMKM dapat melakukan inovasi dan mempertahankan usahanya, jikalau mereka belum memiliki pola pemikiran bisnis yang baik dan jiwa wirausaha yang dapat berkompetisi secara sehat atau bahkan analisa kebutuhan sekitarnya. Dengan itu, para pelaku UMKM saat ini secara tidak langsung memiliki tantangan dalam menjalankan usaha mereka, Melihat kondisi UMKM saat ini pun, banyak diantara mereka hanya bertahan dalam waktu 1-2 tahun saja dan bangkrut karena produk atau jasa yang ditawarkan tidak dapat bersaing dengan berkembangnya pengetahuan, inovasi, dan kebutuhan pada pangsa pasar (Permana, 2022). Hal tersebut juga sejalan dengan pendapat Kirom *et al.* (2022), bahwa dengan adanya inovasi produk atau jasa sesuai dengan permintaan pasar dapat menjadi faktor yang penting agar produk atau jasa dapat tetap menarik di mata konsumen. Selain itu, Suroso *et al.* (2021) juga berpendapat bahwa pengetahuan yang dimiliki oleh UMKM dapat mempengaruhi proses kinerja inovasi. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa masih ada UMKM yang membutuhkan pengetahuan dan implementasi langsung mengenai inovasi untuk mendorong kinerja UMKM dalam mempertahankan jasa atau produk mereka dan dapat mengatasi berbagai tantangan yang ada di masa depan.

1.2. Permasalahan Mitra

Sebagai upaya meningkatkan daya kinerja usaha dan sesuai dengan permintaan bantuan pihak mitra atau UMKM Sinta di Kabupaten Cirebon, maka Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Universitas Tarumanagara melakukan upaya kontribusi langsung untuk melakukan penyampaian pendalaman pengetahuan mengenai kewirausahaan. Kerjasama ini dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan strategi mitra mengenai inovasi dan kinerja UMKM mereka agar dapat sesuai dengan keadaan pangsa pasar saat ini.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari pihak PKM Universitas Tarumanagara melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan bekal pengetahuan mengenai peningkatan analisa bisnis ataupun produk sesuai kebutuhan pasar kepada UMKM Sinta sehingga dapat memanfaatkan berbagai potensi ataupun sumber daya yang ada untuk menjalankan UMKM mereka dengan semaksimal mungkin.
2. Membantu mengenalkan strategi pengembangan produk untuk upaya peningkatan *awareness* pada produk dengan dibuatnya *price tag* dan kemasan yang lebih menarik bagi konsumen.

1.3. Uraian Hasil Penelitian dan PKM Terkait

Beberapa penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan topik kegiatan ini, antara lain penelitian yang dilakukan Chrissandy & Putri (2023) yang menyatakan pentingnya desain kemasan dalam menunjang pemasaran suatu produk. Dengan kemasan yang baik, calon konsumen akan lebih tertarik untuk membeli produk.

1.4. Keterkaitan Topik dengan Peta Jalan PKM

Kegiatan PKM ini terkait dengan isu strategis mengenai kewirausahaan berkelanjutan. Konsep pemikiran dalam pelaksanaan kegiatan PKM ini terkait dengan Upaya Pemerintah mendorong berbagai kegiatan kewirausahaan berkelanjutan sebagai upaya peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat pada khususnya dan ekonomi nasional pada umumnya.

Kegiatan PKM yang diadakan ini merupakan Upaya untuk mendorong berbagai kegiatan kewirausahaan di tingkat UMKM.

BAB 2

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Salah satu langkah penting untuk menarik konsumen lokal dan internasional adalah pengembangan kemasan box eksklusif untuk produk tas kerajinan UMKM, yang mempertimbangkan aspek fungsionalitas, estetika, dan dampak lingkungan. Kemasan berfungsi sebagai antarmuka utama antara pelanggan dan produsen dan berfungsi sebagai "jendela toko" merek kita. Produk dapat berbeda dan menonjol di toko dengan inovasi kemasan. Sebuah penelitian oleh Sant'Anna *et al.* (2022) menyatakan bahwa penerapan skema warna dan bentuk tertentu pada kemasan dapat menarik perhatian dan menginduksi emosi yang terkait dengan kualitas kemasan, yang berdampak signifikan pada pilihan pelanggan untuk membeli barang. Oleh karena itu, inovasi dalam kemasan box eksklusif untuk produk tas kerajinan UMKM sangat penting untuk menciptakan diferensiasi merek, memastikan bahwa produk bekerja dengan baik, meningkatkan keberlanjutan, dan akhirnya menarik pelanggan lokal dan internasional.

Melalui pengadaan pengenalan lebih dalam mengenai kewirausahaan dan inovasi pada UMKM Sinta ini pun menunjukkan mitra memiliki keinginan untuk meningkatkan kemampuan analisa pasar dan bisnis menjadi lebih baik dan sesuai dengan keadaan pangsa pasar, terutama dalam melakukan pengembangan usaha yang nantinya di kemudian hari dapat segera diimplementasikan terhadap kegiatan perekonomian secara langsung. Selain itu, inisiatif ini bertujuan untuk mendorong UMKM Sinta untuk memahami betapa pentingnya mengadaptasi strategi bisnis dan melakukan inovasi berkelanjutan. Kemudian, program ini membantu dan memberikan panduan untuk menganalisis tren pasar yang berubah-ubah, memahami kebutuhan konsumen, dan menanggapi dinamika pasar dengan cepat. Dengan begitu, UMKM Sinta dapat berkembang menjadi lebih kompetitif dan berdaya saing tinggi, yang menghasilkan nilai tambah bagi ekonomi lokal dan komunitas lokal.

Solusi yang dapat dilakukan pihak PKM Universitas Tarumanagara dalam menyelesaikan permasalahan mitra (UMKM Sinta) adalah dengan dilakukannya kegiatan PKM berkaitan dengan kewirausahaan dengan diundangnya Tim PKM Universitas Tarumanagara sebagai narasumber dan membantu secara langsung mengenai *mock up dust bag* dan kemasan box yang sekiranya nanti dapat digunakan oleh pihak mitra. Pada

kegiatan penyampaian materi, pihak mitra akan dibekali mengenai pengetahuan dan keterampilan untuk dapat meningkatkan kemampuan berinovasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dan pangsa pasar yang terus berubah.

2.2. Rencana Luaran Kegiatan

Target luaran yang akan dihasilkan dari adanya kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tim Universitas Tarumanagara terhadap mitra UMKM Sinta di Kabupaten Cirebon adalah berupa transfer pengetahuan terkait inovasi, kewirausahaan, dan pemasaran. Hal tersebut nantinya dapat diimplementasikan secara langsung oleh pihak mitra dalam mengembangkan ilmu wirausahanya dan pengembangan strategi kewirausahaan serta pemasaran untuk keberlanjutan usahanya. Selain itu, ada juga *mock up price tag* dan kemasan box untuk produk tas kerajinan mereka.

Adapun target luaran wajib yang juga dihasilkan Tim PKM Universitas Tarumanagara adalah dengan adanya prosiding temu ilmiah (seminar kegiatan pengabdian kepada masyarakat) yang nantinya diselenggarakan secara mandiri oleh pihak Universitas Tarumanagara.

Tabel 1. Rencana Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	v
2	Prosiding dalam temu ilmiah	
Luaran Tambahan (wajib ada)		
1	Hak Kekayaan Intelektual (HKI) atau	v
2	Teknologi Tepat Guna (TTG) atau	
3	Model/Purwarupa (Prototip)/Karya Desain/Seni atau	
4	Buku ber ISBN atau	
5	Produk Terstandarisasi	

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

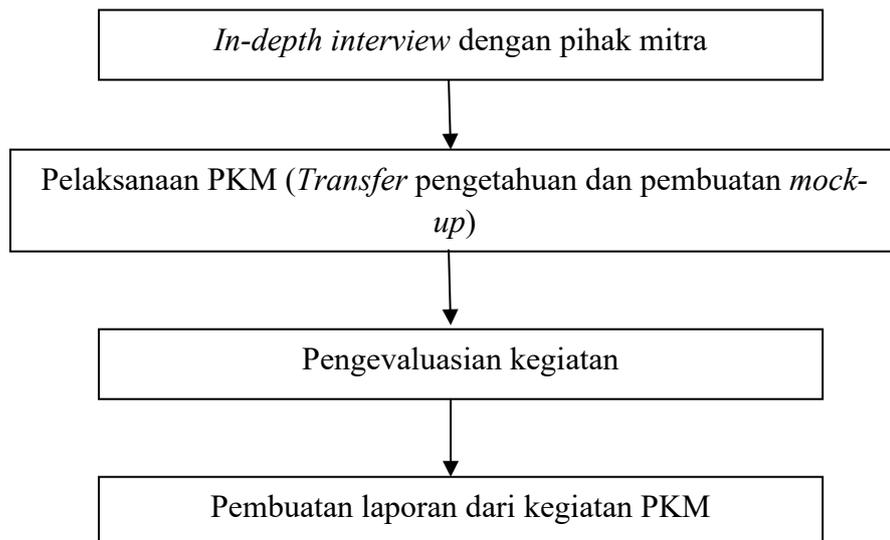
3.1. Bentuk/Jenis Metode Pelaksanaan

Adapun metode pelaksanaan kegiatan PKM ini berupa kegiatan penyampaian materi singkat mengenai kewirausahaan, terutam mengenai pemasaran produknya. Selanjutnya dilakukan pendampingan singkat untuk meningkatkan pemasaran produk UMKM.

3.2. Langkah-langkah/Tahapan Pelaksanaan

Untuk kepentingan kelancaran dan kemaksimalan persiapan dan pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat terhadap mitra UMKM Sinta, dibuatlah susunan metodologi pelaksanaan. Diantaranya dengan dilakukan *in-depth interview* dengan pihak mitra atau UMKM Sinta, pelaksanaan PKM (transfer pengetahuan dan pembuatan *mock-up price tag, dust bag, dan box kemasan*), pengevaluasian kegiatan, dan diakhiri dengan pembuatan laporan dari kegiatan PKM.

Alur kegiatan PKM Universitas Tarumanagara yang akan dilaksanakan untuk mengatasi permasalahan mitra atau UMKM Sinta di Kabupaten Cirebon adalah sebagai berikut:



Agar Tim PKM Universitas Tarumanagara dapat mengetahui seperti apa dan seberapa jauh permasalahan yang dihadapi oleh mitra, maka tahap pertama yang perlu

dilakukan adalah dengan dilakukan *in-depth interview*. Selain itu, *in-depth interview* juga digunakan untuk memperdalam informasi atau keterangan dengan lebih detail mengenai produk yang hendak dikonsultasikan mitra terhadap Tim PKM Universitas Tarumanagara, target pasar dan konsumen yang mereka inginkan, proses pemasaran yang selama ini telah dilakukan dan diupayakan dan keterangan lainnya.

Tahap kedua dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat Tim Universitas Tarumanagara untuk UMKM Sinta merupakan tahapan krusial yang dapat memberikan dampak signifikan dan dapat diimplementasikan segera oleh pihak mitra. Kegiatan tersebut adalah *transfer* pengetahuan dan pembuatan *mock-up price tag, dust bag, hingga box* kemasan. Hal tersebut dilakukan untuk memperdalam pengetahuan mitra dengan baik dan jelas serta sebagai suatu hasil nyata dari implementasi ilmu pengetahuan Tim PKM Universitas Tarumanagara terkait dengan inovasi dan kewirausahaan. Selain dengan adanya daya tarik dari kualitas ataupun bentuk dari produk tas kerajinan itu sendiri, suatu produk masih tetap perlu daya tarik yang selalu dapat ditingkatkan agar dapat menjangkau konsumen lebih banyak dan luas dengan cara membuat tampilan produk menjadi menarik dan menambahkan kesan *experince* baru kepada konsumen produk tas kerajinan UMKM Sinta.

Tahap ketiga dari kegiatan ini adalah dengan dilakukannya pengevaluasian kegiatan. Tahapan ini dilakukan untuk mengetahui seperti apa kegunaan kegiatan ini dilakukan, apakah kegiatan PKM ini berjalan sesuai rencana atau tidak, dan bentuk evaluasi langsung untuk *improvisasi* Tim PKM Universitas Tarumanagara pada kegiatan PKM selanjutnya. Proses pengevaluasian ini pun masih dilaksanakan bersama mitra melalui wawancara setelah pelaksanaan kegiatan dalam bentuk *feedback interview*.

Tahapan terakhir yang perlu dilakukan adalah penyusunan laporan terkait dengan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat kepada UMKM Sinta sebagai bentuk atau hasil luaran dari kegiatan PKM ini. Keseluruhan materi yang disertakan pada laporan nantinya akan berisikan mengenai keseluruhan kegiatan dengan tujuan memberikan informasi dan pengetahuan secara tidak langsung terhadap calon mitra lain atau UMKM lain yang memiliki permasalahan usaha serupa.

3.3. Partisipasi Mitra dalam Kegiatan PKM

Partisipasi mitra pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah dengan menyediakan saran dan prasarana yang dibutuhkan Tim PKM Universitas Tarumanagara dan membantu untuk berjalannya proses pengumpulan data dalam bentuk pemberian informasi yang dibutuhkan guna mendukung kelancaran dan kemaksimalan kegiatan PKM Universitas Tarumanagara di Kabupaten Cirebon berkaitan dengan UMKM dan kewirausahaan.

BAB 4

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Seperti yang sudah kita ketahui saat ini bahwa tas kerajinan harus menyaingi beragam jenis tas buatan pabrik yang sudah ada di pasaran. Namun, tas ini sebenarnya memiliki eksklusifitas tersendiri karena tas ini masih dibuat dengan tangan dan bisa saja memiliki corak yang berbeda-beda. Selain itu, tas di pabrikan dapat memproduksi banyak tas dalam waktu singkat, sedangkan untuk tas kerajinan ini tidak. Sayangnya, mitra masih belum dapat memaksimalkan potensi eksklusif tersebut dengan baik sehingga masih kurang menarik bahkan banyak orang yang masih belum tau mengetahui produk yang dihasilkan UMKM Sinta ini. Dengan itu, mitra harus diperkenalkan lebih jauh mengenai bagaimana proses kewirausahaan saat ini berjalan dan bagaimana mengembangkan potensi produk yang dimilikinya terlebih dahulu. Proses pengenalan dan pengembangan tersebut dalam dilakukan dengan memberikan pengetahuan yang dibutuhkan terutama pada inovasi produk yang sekiranya pengetahuan tersebut diperlukan oleh mitra dalam jangka waktu yang lama. Diharapkan nantinya mitra mendapatkan skala konsumen yang lebih luas.

Produk mitra yaitu tas kerajinan tersebut sebelumnya tidak memiliki *price tag* dan kemasan yang menarik. Oleh karena itu, tahap pertama yang dapat dilakukan oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara sebagai bentuk strategi inovasi produk yang disarankan dalam pendampingan adalah pembuatan identitas produk dengan lebih baik berupa *price tag* dan kemasan produk.



Gambar 1. Produk Tas yang dijual



Gambar 2. Price tag yang dihasilkan Tim PKM Universitas Tarumanagara



Gambar 3. Kemasan box yang dihasilkan Tim PKM Universitas Tarumanagara

Selain itu, target luaran lain yang dibuat oleh Tim PKM Universitas Tarumanagara adalah untuk mentransfer ilmu pengetahuan tentang kewirausahaan dan strategi inovasi produk dan usaha, khususnya strategi inovasi produk tanpa mengubah identitas mitra sehingga mitra dapat menerapkannya secara langsung. Berdasarkan dengan berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan, tas kerajinan yang dihasilkan mitra mempunyai kualitas yang memuaskan dan memiliki daya jual yang cukup tinggi di kalangan fashion. Namun, masih diperlukan pengenalan lebih luas untuk pihak mitra pada sisi kewirausahaan dan inovasinya. Hal tersebut terjadi karena pihak mitra hanya sekedar menjual produknya tanpa memikirkan bagaimana memperluas kemungkinan peminat dari barang yang

dijualnya. Padahal sebenarnya sudah menjadi keharusan untuk wirausahawan saat ini untuk adaptasi dengan inovasi yang terjadi pada pangsa pasar agar dapat tetap bersaing dengan berbagai kompetitor serta memiliki strategi yang dapat membantunya meningkatkan citra produk mitra.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

Sesuai dengan hasil dari kegiatan ini, mitra mendapatkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas, meliputi pengetahuan dasar berwirausaha dengan baik sesuai dengan perkembangan pasar dan bagaimana membuat strategi yang baik untuk menghadapi persaingan inovasi produk di pangsa pasar. Kegiatan pendampingan ini dilakukan untuk memberikan arahan dan berbagai masukan yang sekiranya diperlukan mitra untuk menghadapi permasalahan usaha mereka kedepannya. Sebagai tindakan selanjutnya dari pengembangan inovasi produk mereka, pihak PKM Universitas Tarumanagara membuatkan *price tag* dan *mock up* kemasan tas kerajinan UMKM Sinta agar lebih menarik pada lingkungan pasar lokal ataupun internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Intan, G. (2022, March 28). Jokowi Targetkan 30 Juta UMKM Go Digital pada 2024. *VOA Indonesia*. <https://www.voaindonesia.com/a/jokowi-targetkan-30-juta-umkm-go-digital-pada-2024/6504633.html>
- Kirom, N. R., Sudarmiati, S., & Hermawan, A. (2022). E-Commerce Strategy for MSME Innovation Development in the new normal Era. *International Journal of Environmental, Sustainability and Social Science*, 3(1), 169–178. <https://doi.org/10.38142/ijesss.v3i1.125>
- Permana, A. (2023, July 22). *Inilah 8 Permasalahan UMKM yang Sering Terjadi*. Zeka Digital. <https://zekadigital.com/permasalahan-umkm/>
- Prodjo, W. A. (2022, December 17). Tahun 2024, pemerintah targetkan kontribusi ekspor produk UMKM tembus 17 persen. *KOMPAS.com*. <https://umkm.kompas.com/read/2022/12/17/090000283/tahun-2024-pemerintah-targetkan-kontribusi-ekspor-produk-umkm-tembus-17-persen>
- Putri, L. M. (2022, April 28). Jajal aneka manisan dan oleh-oleh khas Cirebon di Toko Manisan Sinta. *Antara News*. <https://www.antaranews.com/berita/2850117/jajal-aneka-manisan-dan-oleh-oleh-khas-cirebon-di-toko-manisan-sinta>
- Sant'Anna, A. C., Alves, M. J. D. S., Monteiro, C., Gagliardi, T. R., & Valencia, G. A. (2022). The influence of packaging colour on consumer expectations of coffee using free word association. *Packaging Technology and Science*, 35(8), 629–639. <https://doi.org/10.1002/pts.2675>
- Suroso, S., Novitasari, D., Nugroho, Y. A., Chidir, G., & Asbari, M. (2021). Managing MSME Innovation Performance: Analysis of Knowledge-Oriented Leadership and Knowledge Management Capability. *Edukatif*, 3(6), 4541–4555. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i6.1506>