

**PERJANJIAN PELAKSANAAN
PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT SKEMA REGULER
PERIODE II TAHUN ANGGARAN 2024
NOMOR: 0862-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2024**

Pada hari ini Senin tanggal 30 bulan September 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 : Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc.
NIDN/NIDK : 0330098504
Jabatan : Dosen Tetap
Bertindak untuk diri sendiri dan atas nama anggota pelaksana pengabdian:
 - a. Nama dan NIM : Nathanael Felix Theodore [115220111]
 - b. Nama dan NIM : Joshua Oktavianus Effendi [115220303]selanjutnya disebut **Pihak Kedua**

Pihak Pertama dan **Pihak Kedua** sepakat mengadakan Perjanjian Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat Skema Reguler Periode II Tahun 2024 Nomor **0862-Int-KLPPM/UNTAR/IX/2024** Tanggal **30 September 2024** sebagai berikut:

Pasal 1

- (1). **Pihak Pertama** menugaskan **Pihak Kedua** untuk melaksanakan Pengabdian "**Pendampingan Usaha Baru Jaga Raga Klaten Untuk Packaging Dan Logo**"
- (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



Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc.

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**



**PENDAMPINGAN USAHA BARU JAGA RAGA KLATEN UNTUK PACKAGING DAN
LOGO**

Disusun oleh:

Ketua Tim:

Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc.
(NIDN 0330098504)

Anggota Mahasiswa:

Nathanael Felix Theodore (115220111)
Joshua Oktavianus Effendi (115220303)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA
DESEMBER 2024**

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PKM
Periode II /Tahun 2024

1. Judul PKM : Pendampingan Usaha Baru Jaga Raga Klaten Untuk *Packaging* Dan Logo
2. Nama Mitra PKM : UMKM Jamu Merpati Jaga Raga
3. Dosen Pelaksana
 - A. Nama dan Gelar : Dr. Galuh Mira Saktiana, SE., M.Sc.
 - B. NIDN/NIK : 10111001/0330098504
 - C. Jabatan/Gol. : Lektor
 - D. Program Studi : S1 Manajemen
 - E. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
 - F. Bidang Keahlian : Pemasaran
 - H. Nomor HP/Tlp : 08175468977
4. Mahasiswa yang Terlibat
 - A. Jumlah Anggota (Mahasiswa) : 2 orang
 - B. Nama & NIM Mahasiswa 1 : Nathanael Felix Theodore (115220111)
 - C. Nama & NIM Mahasiswa 2 : Joshua Oktavianus Effendi (115220303)
5. Lokasi Kegiatan Mitra
 - A. Wilayah Mitra : Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi
 - B. Kabupaten/Kota : Klaten
 - C. Provinsi : Jawa Tengah
6. Metode Pelaksanaan : Daring
7. Luaran yang dihasilkan : Jurnal Pustaka Mandiri
8. Jangka Waktu Pelaksanaan : Agustus-Desember 2024
9. Pendanaan
Biaya yang disetujui LPPM : Rp 9.000.000

Jakarta, 31 Desember 2024

Menyetujui,
Kepala LPPM


Dr. Hetty Karunia Tanjung, S.E., M.Si
NIDN: 0316017903



Pelaksana



Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc.
NIDN: 0330098504

RINGKASAN

Program pengabdian kepada masyarakat dari LPPM Untar ini memberikan pendampingan untuk usaha baru yang dinamakan dengan JAGA RAGA. Usaha baru ini didirikan di Klaten pada tahun 2024 dan masih sangat baru dan perlu pendampingan lebih lanjut. Usaha ini bergerak dalam bidang jamu merpati yang terbuat dari bahan alami. Alamat lengkapnya berada di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi Klaten. Pendampingan yang akan dilakukan meliputi penjelasan mengenai standart *packaging* dan pentingnya logo agar dikenal oleh para calon konsumen. Apa saja yang harus ditulis pada kemasan jamu merpati tersebut. Adapun produk yang ingin dijual adalah jamu yang terbuat dari 25 ramuan herbal dan rempah-rempah untuk kesehatan burung merpati. Produk yang masih baru tentu saja memiliki masalah yang harus diselesaikan. Masalah utama yang terjadi pada usaha ini adalah memperkenalkan produk yang masih baru dan belum dikenal oleh konsumen. Adapun pendampingan yang diberikan adalah memberikan arahan dalam pemilihan kemasan, label dan logo untuk jamu merpati tersebut sesuai dengan bisnis yang dilaksanakan UMKM tersebut. Pemilihan bahan kemasan, bentuk kemasan, serta ketahanan kemasan menjadi salah satu pendampingan yang akan dilakukan. Selain itu pemilihan warna dan bentuk tulisan juga sangat diperlukan untuk menunjang kemasan agar menjadi daya tarik bagi konsumen, sehingga UMKM akan dikenal produknya.

Kata Kunci: jamu, burung, merpati, logo, *packaging*, UMKM

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUT	
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI.....	iv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Analisis Situasi.....	1
1.2. Permasalahan Mitra.....	2
1.3. Uraian Hasil Penelitian yang terkait.....	2
1.4. Keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar	3
BAB 2 SOLUSI PERMASALAHAN.....	4
2.1. Solusi Permasalahan.....	4
2.2. Rencana Luaran Kegiatan.	5
BAB 3 METODE PELAKSANAAN.....	6
3.1. Metode Pelaksanaan.	6
3.2. Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan.....	6
3.3. Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM.....	7
3.4. Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.....	8
BAB 4 HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	10
4.1. Hasil dan Pembahasan.....	10
4.2. Hasil yang Dicapai	13
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	14
5.1. Kesimpulan.....	14
5.2. Saran.....	14
DAFTAR PUSTAKA	15

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Presiden Joko Widodo menargetkan sebanyak 30 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia untuk beralih ke digitalisasi pada tahun 2024 karena perkembangan dan peluang yang ada (Intan, 2022). Berbagai kebijakan dan program pemerintah mendukung inisiatif ini. Ini termasuk menyederhanakan perizinan, meningkatkan akses terhadap permodalan, meningkatkan inovasi dan teknologi, dan meningkatkan 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. Ini akan membantu mengarah pada pengembangan UMKM yang lebih fokus, terarah, dan berkelanjutan. Menurut Febriyantoro & Arisandi (2018), pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan wilayah. Era pasar bebas ditandai pesatnya persaingan menuntut pelaku UMKM untuk meningkatkan produktivitas dan daya saingnya. Pandemi Covid-19 sangat mempengaruhi keberlangsungan UMKM terutama segi pemasaran (Ilham, 2023).

Melihat proses inovasi bisa dilihat adanya peristiwa atau kegiatan yang disukai oleh masyarakat luas. Perlombaan yang cukup dinikmati di Jawa Tengah, diantaranya adalah perlombaan burung merpati atau sering disebut dengan Merpati Kolong. Menteri Koperasi dan UKM (MenKopUKM) mengatakan bahwa perlombaan ini perlombaan yang merakyat dan dinikmati banyak kalangan (Terdapat di: <https://dinkop-umkm.jatengprov.go.id/berita/view/3023>, diakses pada: 7 September 2024). Beliau juga menyampaikan juga bahwa perlombaan merpati kolong memberikan hiburan bagi rakyat dan juga memberikan manfaat yang besar bagi UMKM. Hal ini tentu saja akan membuat para wirausahawan memutar otak untuk menciptakan produk yang mendukung perlombaan tersebut. Produk itu bisa berupa burung yang dilombakan (merpati), sangkat (kurungan), cincin yang dipakaikan di kaki burung, jamu untuk merpati supaya lebih sehat dan memiliki kemampuan terbang yang cepat.

Peluang ini tentu saja membuat para wirausahawan baru berlomba untuk dapat menciptakan produk yang sesuai dengan modal dan keahlian yang dimiliki. Wawancara kemudian dilakukan dengan pemilik usaha jamu merpati yang diberi nama Jaga Raga yang tergolong masih sangat baru yang belum mengerti bagaimana membuat kemasan, logo dan label yang digunakan untuk usaha barunya. Lindung dkk. (2020) menyatakan bahwa *packaging* ini dapat digunakan untuk menunjukkan kualitas produk, yang biasanya disebut sebagai "salesman diam" atau "salesgirl diam". *Packaging* atau sering disebut dengan kemasan adalah sebuah Langkah awal yang harus ditempuh oleh para pemilik usaha untuk memperkenalkan produknya kepada para calon konsumen. Pemilihan desain, warna, tutup, logo dan penjelasan mengenai produk sangat penting dilakukan untuk keberhasilan produk tersebut. Penggunaan logo unik dan spesifik secara jangka Panjang akan memberikan keuntungan untuk suatu brand berkembang, selain membedakan dari pesaing, dapat meningkatkan pula *brand awareness*, menegaskan identitas merek, memudahkan pelanggan untuk mengingat, profesionalisme dan kepercayaan dari pelanggan pun bisa dicapai (Ainun dkk, 2023). UMKM dapat memastikan produk UMKM memiliki standar mutu dan kelayakan untuk konsumen, mengetahui kesesuaian proses produksi, bahan baku, pengetahuan tentang produk, kemasan, harga produk serta mengetahui potensi pengembangan produk (DiskopUKM, 2022).

1.2. Permasalahan Mitra

Seperti sudah dijelaskan juga sebelumnya bahwa usaha dagang ini beralamat di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi, Klaten. Usaha dagang ini bergerak dalam bidang makanan suplemen yang diberikan untuk burung merpati yang akan dilombakan. Bahan yang digunakan tentu saja sudah diuji sebelumnya dan terbuat dari bahan- bahan alami untuk kesehatan burung merpati. Testimoni dan beragam komentar yang sudah mencoba produk ini sebelumnya membarikan hasil yang cukup berarti untuk menjaga kesehatan burung merpati yang akan dilombakan. Pemilik usaha ini juga sering mengikuti lomba dan kejuaran burung merpati dan banyak mendapatkan juara dari burung merpati yang dilombakan. Atas dasar pengalaman penggunaan jamu tersebut, kemudian dikembangkan lebih lanjut sehingga orang lain juga ikut merasakan manfaat positif dari pemberian jamu tersebut ke burung merpati miliknya.

Wawancara dilakukan lebih mendalam dengan pemilik usaha baru tersebut dan juga beberapa karyawan yang bekerja di tempat usaha tersebut mengatakan bahwa masalah utama yang

dikeluhkesahkan yaitu mengenai pengenalan produk baru kepada calon konsumen agar mau mencoba jamu merpati tersebut dan yakin untuk memilih produk tersebut. Pengenalan produk baru tentu saja tidak semudah yang mereka kira. Pemilihan kemasan, warna, logo dan bahan yang digunakan agar produk jamu itu tetap dalam kondisi bagus dan tidak rusak kandungan bahannya.

1.3. Uraian Hasil Penelitian yang terkait

Sudah cukup banyak studi literatur yang membahas mengenai *packaging* baik itu penelitian maupun PKM mengenai *packaging*, khusus nya adalah mengenai usaha baru. Penelitian yang pernah dilakukan terkait dengan usaha baru ini yang pernah dilakukan adalah mengenai Religiusitas dan Niat berwirausaha Gen Strawberry (Soelaiman dan Saktiana, 2024). Adapun penelitian ini membahas mengenai bertujuan menguji religiusitas tentang niat kewirausahaan yang dimediasi oleh *self -efficacy*, norma subyektif, sikap, motivasi wirausaha. Melihat niat untuk berwirausaha ini membuat dorongan untuk melakukan kegiatan pengabdian untuk mendampingi usaha baru yang masih perlu pelatihan mengenai *packaging* dan pembuatan logo.

1.4. Keterkaitan topik dengan Peta Jalan PKM yang ada di Rencana Induk Penelitian dan PKM Untar

Topik kegiatan PKM yang akan dilakukan ini mengenai Pendampingan Usaha Baru Jaga Raga Klaten untuk *packaging* dan Logo ini sesuai dengan RIP-PKM Untar yang menyatakan didalamnya mengenai Tema Penelitian dan PKM Unggulan 6: Pengelolaan Bisnis Berkelanjutan yang Efektif dan Efisien terdapat (Tabel 4.7.). Pada pengembangan industri kreatif berkelanjutan, dimana konsep pemikirannya adalah Industri kreatif merupakan salah satu industri unggulan pemerintah Indonesia yang memiliki potensi besar dalam mendorong perekonomian nasional serta yang perlu ditingkatkan produktivitasnya. Pemecahan masalah adalah dengan Mengembangkan strategi bersaing bagi industri kreatif. Usaha baru kreatif yang dilakukan Jaga Raga masih jarang dilakukan yaitu membuat produk jamu untuk burung merpati. Kemudian dilakukanlah pembuatan dimulai dari desain *packaging*, pemilihan warna dan bentuk tulisan serta apa yang harus ditulis dalam *packaging* tersebut sehingga bisa diingat oleh para calon konsumen.

BAB 2

SOLUSI PERMASALAHAN DAN LUARAN

2.1. Solusi Permasalahan

Solusi yang akan diberikan dalam kegiatan Abdimas dari Universitas Tarumanagara terkait dengan masalah dari mitra yang bersangkutan akan melalui beberapa cara. Tahapan awal bisa dianalogikan dalam daur hidup produk (*Product Life Cycle*) masuk pada tahapan pengenalan (*Introduction*). Pada tahapan ini tentu saja pemilik usaha harus berusaha membuat produk yang mudah diingat dan salah satu Langkah yang dilakukan adalah menimbulkan efek ingat bagi para konsumen, bisa berupa *packaging* yang berbeda dengan lainnya yang dapat membangkitkan kesadaran konsumen ada produk seperti jamu merpati. Logo yang menarik dan warna juga dapat membangun kesadaran bagi konsumen. Oleh karena itu pendampingan dan membantu pemilihan warna serta inisial produk yang dijual akan membantu pemilik usaha mendapatkan keuntungan yang sangat tinggi.

Hal pertama yang dilakukan pada program pendampingan ini adalah penjelasan mengenai pentingnya pemilihan *packaging* yang sesuai dengan produknya, lalu menjelaskan apa yang dimaksud dengan *packaging*. Selanjutnya penjelasan mengenai pemilihan bahan yang digunakan untuk kemasan jamu merpati, kemudian dilanjutkan juga mengenai manfaat dari penggunaan *packaging* yang digunakan. Pemilihan warna dan logo yang dipakai harus mudah diingat dan warna yang menjadi ciri khas dari produk tersebut. Pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan identitas adalah semua komponen yang diperlukan untuk pengemasan yang baik (Kaihatu, 2014). Dilanjutkan dengan penjelasan tentang bahan yang digunakan untuk kemasan saat ini, serta bentuk dan jenis kemasan yang sesuai untuk batik. Penjelasan yang tak kalah penting tentang bahan utama yang digunakan untuk kemasan juga sangat penting. Selain itu, label memainkan peran penting dalam meningkatkan merek produk dalam persaingan (Sa'diyah, H., 2020). Kemasan memainkan peran penting dalam menambah nilai sebuah produk. Desain dan bentuk kemasan harus praktis, inovatif, kreatif, dan memikat mata agar konsumen tertarik dengan produk. Konsumen tertentu bersedia membayar lebih banyak untuk barang dengan kemasan yang unik, indah, dan menarik karena tampilan kemasan (Christiana,

2021). Penerapan skema warna dan bentuk tertentu pada kemasan dapat menarik perhatian dan menginduksi emosi yang terkait dengan kualitas kemasan, yang berdampak besar pada keputusan pembeli untuk membeli barang (Sant'Anna dkk., 2022).

Semakin banyaknya usaha baru yang sejenis mengenai penjualan jamu untuk merpati tentu saja ini membuat pemilik usaha Jaga Raga ini harus memiliki ciri yang unik untuk membedakan dengan pesaingnya. Pernyataan ini ditekankan oleh mitra pada saat dilakukan wawancara karena banyaknya pesaing dengan produk yang sejenis. Mereka sangat membutuhkan informasi mengenai penanganan pembuatan *packaging* yang baik dari proses awal desain dan untuk didampingi proses pembuatan lebih lanjut dengan pemilihan bahan. Melihat ini semua PKM UNTAR akan melakukan pendampingan dan juga pelatihan mengenai pembuatan desain dan juga *packaging* serta pemberian nama label dan logo untuk usaha dagang Jaga Raga.

2.2. Rencana Luaran Kegiatan

No.	Jenis Luaran	Keterangan
Luaran Wajib		
1	Publikasi ilmiah pada jurnal ber ISSN atau	X
2	Prosiding dalam temu ilmiah	
Luaran Tambahan (wajib ada)		
1	Publikasi di media massa	X
2	Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	
3	Teknologi Tepat Guna (TTG)	
4	Model/purwarupa/karya desain	
5	Buku ber ISBN	

BAB 3

METODE PELAKSANAAN

3.1. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan yang akan digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dalam pendampingan dan pelatihan pemasaran media sosial adalah sebagai berikut:

1. Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan *in-depth interview* dengan pihak mitra Jaga Raga mengenai produk apa yang akan dipasarkan, kebutuhan apa yang dibutuhkan untuk dalam rangka pembuatan desain *packaging* awal.
2. Langkah selanjutnya adalah menggunakan metode tanya jawab yang isinya adalah diskusi mengenai materi yang mencakup didalamnya adalah pengertian dari *packaging*. Pentingnya memilih bahan, materi, warna dan juga symbol dari *packaging* sehingga sesuai dengan target pasar.
3. Memberikan pelatihan atau tutorial pembuatan *packaging* dimulai dari ukuran tempatnya, bentuk kemasan, warna yang dipilih, dan jenis tulisan yang akan dipakai seperti apa sehingga memberikan hasil yang memuaskan.

3.2. Langkah-langkah/Tahapan pelaksanaan

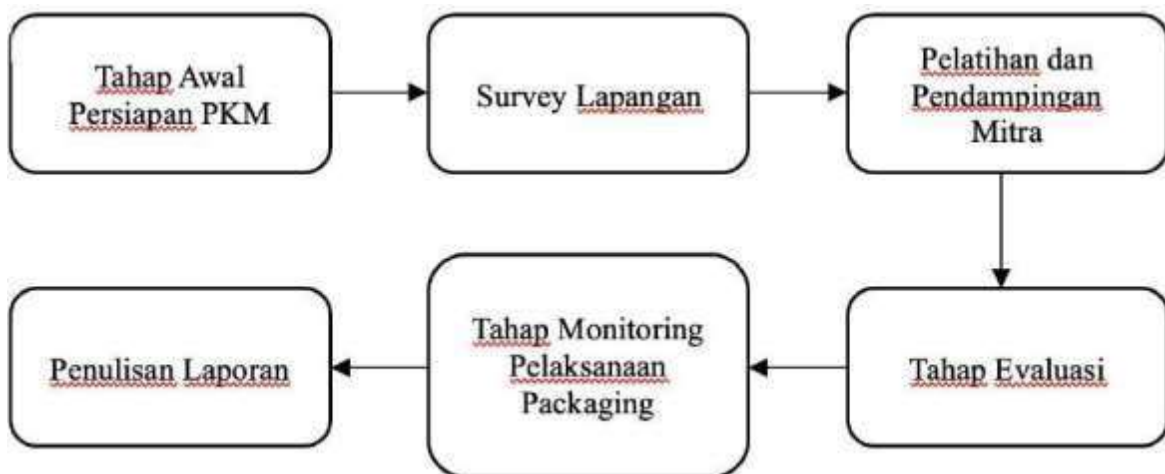
Langkah-langkah pada saat pelaksanaan pengabdian masyarakat bagi UMKM adalah sebagai berikut:

1. Hal pertama yang harus dilakukan adalah tahap awalan, yaitu tahap persiapan. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah pihak PKM UNTAR melakukan diskusi atau sering disebut dengan *focus group discussion*. Setelah itu kemudian dilanjutkan dengan melakukan koordinasi dengan mitra mengenai waktu pelaksanaan. Selanjutnya adalah dilakukan wawancara berkaitan dengan tempat dan waktu pelaksanaan. Adapun waktu yang dibutuhkan adalah sekitar 7 hari.
2. Langkah selanjutnya adalah tahap pemberian Latihan dan juga pendampingan yang diperlukan oleh mitra PKM, Jaga Raga yaitu dengan pemberian materi yang berkaitan dengan *packaging*, jenis-jenis *packaging*, manfaat dan juga pentingnya pembuatan *packaging* dipilih. Selain itu juga PKM UNTAR juga menyiapkan pembicara untuk

memberikan pelatihan, pemberian materi berupa print out dan juga menyiapkan konsumsi berupa makanan ringan dan juga makan berat untuk dinikmati.

3. Langkah berikutnya adalah tahap pelaksanaan pelatihan dan memberikan materi dan pemahaman mengenai *packaging* disesuaikan dengan waktu antara PKM UNTAR dan mitra dan juga menyesuaikan dengan produk tersebut (jamu merpati)
4. Setelah itu, langkah berikutnya adalah tahap pengecekan, juga dikenal sebagai tahap evaluasi. Tahap ini terdiri dari dua evaluasi, sebelum dan sesudah pelatihan, dan kemudian dilakukan pengawasan atas kegiatan yang dilakukan untuk memastikan apakah pertanyaan yang belum terjawab memerlukan pelatihan tambahan.
5. Langkah terakhir yang dilakukan adalah menyusun Laporan Kegiatan tentang pelatihan yang diberikan kepada mitra UMKM di Wedi Klaten. Laporan ini dikirim ke LPPM UNTAR.

Adapun Diagram Alur PKM adalah sebagai berikut:



3.3 Partisipasi mitra dalam kegiatan PKM

Partisipasi mitra dalam kegiatan Abdimas ini adalah mengikuti wawancara awal dengan sangat antusias untuk memaparkan masalah dan kendala apa saja yang sedang dihadapi berkaitan dengan adanya penurunan penjualan. Kemudian mitra mengikuti pelatihan dan pendampingan untuk mengatasi kendala yang dihadapi. Mitra sangat senang dan memperhatikan dengan seksama

dan juga berperan aktif serta mau belajar mengenai bagaimana cara memilih dan membuat *packaging*, logo dan label dengan baik.

3.4 Uraian kepakaran dan tugas masing-masing anggota tim.

Tugas yang harus dilaksanakan pada kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

1. Ketua Pelaksana PKM

Merupakan salah satu staff pengajar di Universitas Tarumanagara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dengan bidang pengajaran: Manajemen Pemasaran, Riset Pemasaran dan Metode Penelitian. Adapun tugasnya adalah sebagai berikut:

- a. Membantu mitra untuk mencari dan menganalisis situasi
- b. Menyampaikan materi pelatihan dan pendampingan kepada mitra
- c. Melakukan pelatihan yang bersifat praktik, yaitu pemilihan bahan kemasan, gambar yang akan digunakan dan tulisan untuk dipasang pada *packaging*, jenis huruf dan juga warna yang akan dipakai. Menambahkan tata cara penggunaan jamu untuk diminumkan ke burung merpati.
- d. Mengevaluasi dan mengawasi jalannya kegiatan PKM
- e. Membuat laporan kegiatan PKM

2. Anggota Mahasiswa ke 1

Merupakan salah satu mahasiswa Universitas Tarumanagara, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen. Adapun tugas yang akan dilakukan dalam kegiatan PKM ini adalah sebagai berikut:

- a. Membantu menyiapkan materi pelatihan
- b. Membantu pendampingan
- c. Membantu pelatihan mitra
- d. Menyiapkan proposal dan Laporan Akhir

3. Anggota Mahasiswa ke 2
 - a. Membantu menyiapkan materi pelatihan
 - b. Membantu pendampingan
 - c. Membantu pelatihan mitra
 - d. Menyiapkan proposal dan Laporan Akhir

BAB 4

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

4.1. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan ini berlangsung kurang lebih 2 bulan dengan cara melakukan dengan cara melakukan pendampingan dan juga pelatihan secara rutin dengan metode daring dan juga luring. Pada pertemuan awal dilakukan tahapan yang paling awal, yaitu adanya survei awal yang dilakukan di tempat usaha dagang dengan mewawancarai pemilik dan karyawan yang mengetahui seluk beluk penjualan dan produk yang ingin dijual. Hasil yang diperoleh selama survei adalah *in-depth interview* dengan pihak mitra Jaga Raga mengenai produk apa yang akan dipasarkan, kebutuhan apa yang dibutuhkan untuk dalam rangka pembuatan desain *packaging* awal. Pada saat awal wawancara tersebut dikatakan oleh pemilik jamu merpati bahwa masih belum paham dan tahu mengenai seluk-beluk pembuatan logo dan kemasan yang baik seperti apa. Kemudian selanjutnya adalah adalah pemberian materi berupa penjelasan mengenai *packaging* yang baik, menarik dan bahan apa saja yang akan digunakan. Bentuk kemasan akan besar atau kecil sesuai dengan produk yang dimasukkan kedalam kemasan. Pemilihan warna yang dapat menjadi daya tarik konsumen supaya lebih perhatian dengan kemasaran tersbut. Selanjutnya juga pembahasan mengenai logo, pemilihan huruf dan jenis huruf yang akan dipakai menjadi salah satu bahasan lebih lanjut demi memenuhi ekspektasi dari konsumen yang akan memilih produk JAGA RAGA.

Kemudian setelah diberikan pemahaman awal mengenai *packaging*, label dan logo dilanjutkan dengan penjelasan lebih lanjut mengenai hal-hal penting yang perlu dipahami oleh mitra JAGA RAGA. Pemahaman dimulai dari pengertian dari *packaging* itu sendiri, kemudian masuk penjelasan mengenai manfaat dan fungsi dari *packaging* dimana dikatakan bahwa fungsi dari *packaging* adalah mewadahi produk supaya aman sampai ke tangan konsumen, Melindungi dan mengawetkan produk dari sinar ultraviolet, panas, benturan, Sebagai identitas produk sehingga menjadi alat komunikasi dan informasi kepada konsumen melalui label dalam kemasan, Meningkatkan efisiensi dan memudahkan pengiriman serta penyimpanan, Menambah daya tarik calon konsumen.

Setelah penjelasan mengenai fungsi dan manfaat, pembahasan selanjutnya adalah faktor yang harus diperhatikan dalam pengemasan adalah pengaman, ekonomi, pendistribusian, informasi dan komunikasi, ergonomi, estetika, dan juga identitas. Dilanjutkan dengan pembuatan desain yang menarik mengenai logo dengan bantuan desainer. Pemilihan warna, jenis huruf ukuran dipilih agar sesuai dengan yang diinginkan Lina Batik dan konsumen dengan mudah mengenali produk dari JAGA RAGA. Selanjutnya juga dijelaskan mengenai bahan apa saja yang bisa digunakan untuk dibuat *packaging*, logo dan label agar kualitasnya baik.

Penjelasan mengenai label adalah Salah satu bagian dari produk berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Kemudian dijelaskan mengenai Logo adalah Merupakan suatu bentuk gambar atau sekedar sketsa dengan arti tertentu, dan mewakili suatu arti dari perusahaan, daerah, perkumpulan, produk, negara, dan hal-hal lainnya yang dianggap membutuhkan hal yang singkat dan mudah diingat sebagai pengganti dari nama sebenarnya. Penggunaan label dan logo yang baru dan memiliki ciri khas akan memberikan kesan eksklusif pada produk, selain itu dapat meningkatkan *brand awareness* dari produk (Rizal dkk, 2024).

Kemudian setelah itu pemilihan warna, jenis huruf, dan ukuran yang diinginkan telah dilakukan, dan bahan yang diinginkan telah dipilih dan disetujui, semuanya sesuai dengan desain yang telah dibuat sebelumnya. Setelah itu, dibuat rangkaian yang terdiri dari bungkus, logo, dan label. Selanjutnya adalah proses pembuatan kemasan dan logo untuk JAGA RAGA

Adapun foto pelatihan dan penjelasan mengenai kemasan serta logo yang dibuat untuk JAGA RAGA adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Penjelasan materi terhadap mitra



Gambar 2. Gambar logo pada kemasan



Gambar 3. Kemasan yang dibuat untuk mitra

4.2. Hasil Yang Dicapai

4.2.1. Luaran Wajib

Luaran Wajib yang dicapai pada kegiatan PKM ini adalah dimasukkan kedalam Jurnal PUSTAKA MITRA, yang rencana akan diterbitkan pada Tahun 2025.

4.2.2. Luaran Tambahan

Luaran Tambahan yang dicapai pada kegiatan PKM ini adalah dimasukkan kedalam surat kabar elektronik pagaralampos yang terbit pada tanggal 12 Mei 2024 Berikut link surat kabar tersebut:

<https://pagaralampos.bacakoran.co/readkoran/395/pagaralam-pos-21-november-2024?p=3&#page=>

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan Abdimas UNTAR yang dilakukan pada UMKM JAGA RAGA yang beralamat di Buntalan, Kalitengah, RT 044, RW 019 Wedi Klaten, Jawa Tengah berjalan dengan baik dan lancar. Mitra sangat antusias dan telah mampu untuk memahami dan juga melaksanakan pelatihan dan pendalaman materi mengenai *packaging* dan logo. Mitra merasa sangat senang dan terbantu telah diberikan pelatihan dan pendampingan. Mitra telah mampu untuk mampu membuat dan memilih kemasan yang tepat untuk membuat *packaging*, logo dan label dibantu oleh tim pengabdian UNTAR. Setelah dilakukan pembuatan kemasan yang sesuai dengan produk dari JAGA RAGA diharapkan bisa membuat calon konsumen bisa melihat kemasan yang cantik dan menarik sebagai daya tarik konsumen.

5.2. Saran

Saran untuk para pelaku usaha UD JAGA RAGA adalah untuk selalu fokus dan perlu juga memperhatikan kemasan yang sudah terjun ke pasar agar selalu diamati apabila pasar sudah mulai jenuh untuk melakukan pembaruan dan inovasi dari kemasan dan logo agar tidak mengalami kebosanan. Hal ini sangat berpengaruh demi terciptanya kesadaran merek atau produk pada usaha dagang yang sama jenisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainun, N. A; Wahida; dan Maming, R. (2023) “Pentingnya Peran Logo Dalam Membangun Branding Pada Umkm” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, Vol. 6, no. 1, pp. 674–681. doi: 10.36778/jesya.v6i1.967
- DiskopUMK, “Bimbingan Teknis Kurasi Produk UMKM 2022,” <https://ppid.jemberkab.go.id/berita-ppid/detail/bimbingan-tekniskurasi-produk-umkm-2022>, Jul. 21, 2021.
- Febriyantoro, M. T. dan Arisandi, D. (2018), “Pemanfaatan Digital marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean”, *JMD :Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, Vol. 1, No. 2, pp. 61–76. <https://doi.org/10.26533/jmd.v1i2.175>
- Ilham, B. U. (2023), “Pendampingan Kurasi Produk padaUMKM Gaddeta di Kota Makassar”, *Jurnal Pustaka Mitra*, Vol. 3, No. 1, pp. 30-34.
- 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>
- Irma Christiana, L. P. (2021). PKM Meningkatkan Nilai Jual Gula Aren Melalui Kemasan Yang Menarik. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 103-108.
- Kaihatu, T. S. (2014). *Manajemen Pengemasan*. Penerbit Andi.
- Lindung, A; A. Yusdira; dan Mashadi, (2020), “Pendampingan dan Pelatihan Inovasi Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor”, *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, Vol 1, No 1, pp. 21-28.
- Sa’diyah, H. (2020). Inovasi Pengemasan Dan Pelabelan Dalam Meningkatkan Daya Saing. *Al-Iqtishady: Jurnal Ekonomi Syariah*, Vol. 1, No. 2, pp. 56–67.
- 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>
- Rizal, M. A; Bani, F. C. D; Yuniarti, T; and Faujiyah, F. (2024), “Pengembangan Media Pemasaran Dan Digitalisasi Pemasaran Di PTNirwana Unggul Restu, Depok, Jawa Barat, *Jurnal Pustaka Mitra*, Vol. 4, No. 3, pp. 105-111.



UNTAR
Universitas Tarumanagara



UNTAR untuk INDONESIA & DUNIA

Sertifikat

041.1-S-PKM-R-KLPPM/UNTAR/I/2025

Diberikan kepada

Dr. Galuh Mira Saktiana, S.E., M.Sc.

sebagai

Ketua Tim

Dalam Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) Skema Reguler Periode II Tahun 2024

dengan judul :

Pendampingan Usaha Baru Jaga Raga Klaten Untuk Packaging Dan Logo

Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat
Universitas Tarumanagara



Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si.