

SOSIALISASI INOVASI PRODUK DAN DESAIN PACKAGING DI DESA BANGSONGAN KABUPATEN KEDIRI

Riyanah¹⁾, Sri Utami Hanggondosari²⁾, Nur Dina³⁾, Hendra Kusuma⁴⁾, Khoirul Anwar⁵⁾, Dhyan Andika Irawan⁶⁾, Ahmad Rifai⁷⁾, Sofyetin Atiana⁸⁾, Novi Wahyu Ramadani Arrohim⁹⁾

^{1,2,3,4,5,6,7,8,9}Universitas Pawayatan Daha

E-mail: ¹⁾Riyanah924@gmail.com, ²⁾sriutanisari72@gmail, ³⁾nurdinakdr@gmail.com, ⁴⁾hendraku73@gmail.com, ⁵⁾khoirul.007007@gmail.com, ⁶⁾dhyanandika75.da@gmail.com, ⁷⁾ahmadrifai.dimas99@gmail.com, ⁸⁾sofy.humas@gmail.com, ⁹⁾noviwnra03@gmail.com

Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mensosialisasikan inovasi produk dan desain packaging kepada masyarakat Desa Bangsongan, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri.. Target kegiatan sosialisasi ini adalah agar peserta memahami akan pentingnya meningkatkan produk, baik itu produk baru maupun modifikasi dari produk yang sudah ada untuk promosi dan pemasaran produk serta untuk meningkatkan daya saing pasar Kegiatan ini dilakukan pada tanggal 20 Desember 2025. Setelah melakukan diskusi dengan masyarakat Desa Bangsongan sebelum sosialisasi dimulai, disepakati bahwa kegiatan dimulai dengan pre-test kepada peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman sebelum dilakukan sosialisasi inovasi produk dan desain packaging dan di akhir sosialisasi dilakukan post-test. Peserta yang hadir sebanyak 27 orang. Ada beberapa peserta yang sudah mengenal tentang inovasi produk dan desain packaging dan ada yang mengaku belum tahu sama sekali. Kegiatan ini berjalan dengan lancar, efisien dan efektif serta sesuai target. Hasil pengabdian masyarakat ini adalah peserta mengakui menjadi lebih tahu dan paham tentang inovasi produk dan desain packaging. Hal ini ditunjukkan dengan jawaban peserta dari hasil post-test yang dilakukan, yaitu sangat paham sebesar 64% dan paham 36%.

Kata kunci: inovasi, produk, desain packaging

Abstract

This community service program aims to promote product innovation and packaging design to the community of Bangsongan Village, Kayen Kidul District, Kediri Regency. The goal of this community service activity is to help participants understand the importance of product improvement, both new products and modifications to existing products, for product promotion and marketing, and to increase market competitiveness. This activity was conducted on December 20, 2025. After discussions with the Bangsongan Village community prior to the socialization, it was agreed that the activity would begin with a pre-test to determine participants' level of understanding before the socialization of product innovation and packaging design. A post-test was conducted at the end of the socialization. Twenty-seven participants attended. Some were already familiar with product innovation and packaging design, while others admitted to having no knowledge at all. The activity ran smoothly, efficiently, and effectively, meeting its objectives. The results of this community service program showed that participants acknowledged a greater understanding of product innovation and packaging design. This was demonstrated by the post-test results: 64% responded to a very good understanding and 36% understood.

Keywords: innovation, product, packaging design

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan dunia usaha yang semakin pesat, dimana setiap perusahaan dituntut untuk selalu melakukan inovasi terhadap produknya dan mendesain kemasannya (desain packaging). Dimensi Produk baru bagi dunia merupakan penemuan produk baru yang belum pernah ada sebelumnya dan menjadi pertama di dunia,. Inovasi produk merupakan suatu proses meningkatkan produk baik itu produk baru maupun modifikasi dari produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan pasar dan meningkatkan nilai tambah bagi konsumen. Tujuan dari inovasi produk adalah untuk meningkatkan daya saing perusahaan di pasar, menciptakan pasar baru,

memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan nilai tambah.

Menurut Alfian Nugraha (2021), inovasi produk merupakan salah satu yaitu sesuatu yang dapat dilihat sebagai kemajuan fungsional produk yang dapat membawa produk selangkah lebih maju dibandingkan dengan produk pesaing. Tujuan utama dari inovasi produk adalah untuk memenuhi permintaan pasar sehingga produk inovasi merupakan salah satu yang dapat digunakan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Pelanggan umumnya menginginkan produk-produk yang inovatif sesuai dengan keinginan mereka. Secara umum inovasi merupakan penerapan ide baru dan berguna dalam organisasi. Jenis dari inovasi antara lain pengembangan produk baru, proses baru, pengadministrasian baru, jenis program baru yang dilakukan organisasi (Puspasari & Rahardjo, 2017).

Untuk dapat dijual ke pasaran diperlukan kemasan dan desain produk yang menarik. Kemasan menurut Kotler dan Armstrong (2018) dalam Febri Rakhmawati Arsji (2021) merupakan kegiatan mendisain dan memproduksi sebuah barang. Adapun fungsi dari kemasan selain sebagai pelindung dari produk, serta memiliki fungsi lain yakni sebagai alat promosi barang dan memperkuat ekuitas merek. Saat ini banyak sekali produk yang dikemas baik dalam bentuk box, botol, tabung atau kemasan lainnya. Kemasan datang dalam beragam bentuk, ukuran serta warna. Mendesain kemasan tidak boleh dilakukan secara sembarangan. Desain kemasan bertujuan untuk menarik perhatian konsumen dengan komponen-komponennya yang unik dan menyampaikan pesan merek sesuai dengan tujuan perusahaan. Secara tradisional, kemasan bertujuan melindungi produk dari gangguan fisik dan metode untuk penyimpanan yang aman. (Dhir dan Sharma, 2012). Dalam mendesain kemasan selalu memperhatikan faktor perlindungan, pengawetan serta estetika. Kemasan yang menarik dan berkualitas tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga berperan penting dalam melindungi produk selama proses distribus. (Mei Ie1 & Salsabilla Ayundha Martsha Buana, 2024). Pentingnya kemasan terlihat dengan jelas dalam kenyataan bahwa hampir tidak mungkin menemukan produk yang dapat dipasarkan tanpa kemasan. Teknik pengemasan dan pemilihan kemasan yang tepat memerlukan banyak pemikiran untuk sebagian besar produk makanan, tujuan utamanya adalah pengemasan harus memberikan sifat pelindung yang optimal untuk melindungi produk dari agen pembusukan eksternal seperti cahaya, oksigen, kelembaban, bakteri atau serangga dan juga untuk menjaga kualitas, nilai, gizi dan memperpanjang umur simpan. (Sucipta et al.2017). Pemilihan packaging yang tepat tentu juga akan menambah umur simpan dari sebuah produk, sebaliknya pemilihan packaging yang salah juga dapat mempercepat umur simpan produk (Rico Elhando Badri et al., 2022). Magnier et al. (2016) mengamati bahwa pengemasan berkelanjutan menyebabkan persepsi kualitas makanan tinggi. Namun hingga saat ini pengetahuan tentang kesan merek yang didorong oleh penyelesaian kemasan tertentu, psikologis yang mungkin terlibat, dan faktor yang dapat mendorong evaluasi konsumen tetap terbatas.

Terdapat 5 alasan penting, pelaku usaha harus perhatikan desain kemasan bagi produknya yakni:

1. Melindungi produk. Fungsi terpenting kemasan adalah untuk melindungi produk agar tidak rusak. Kemasan produk memberikan perlindungan agar isi produk tidak mudah tergores, basah dan cacat

2. Membangun kepercayaan. Kemasan dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka kepercayaan konsumen otomatis akan terbangun
3. Menambah daya tarik tampilan. Produk akan terlihat menarik karena desain kemasan yang kreatif. Jika desainnya unik, konsumen akan menyimpan kemasan tersebut dan tidak ingin membuangnya
4. Mempromosikan produk pada kemasan produk, Anda dapat mencantumkan sejumlah informasi tentang produk, seperti nama merek, logo, tagline, harga, alamat website, akun media sosial, manfaat, cara membuatnya atau yang lainnya
5. Membuat perbedaan kemasan produk yang menarik, konsumen dapat lebih mudah mengingat produk yang kita hasilkan.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilakukan di Desa Bangsongan, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Lokasi kegiatan di Gedung Olahraga Desa Bangsongan mulai jam 19.00 sampai Jam 20.30. Perlu dijelaskan bahwa kegiatan ini menggunakan metode penyuluhan dan konseling yang dilanjutkan diskusi dan tanya jawab.

Berikut ini tahap-tahap kegiatan PKM ini :

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini, peserta pengabdian kepada masyarakat melakukan pertemuan pada tanggal 18 Desember 2025. Tahapan ini peserta pengabdian membuat kesepakatan kegiatan PKM yang dilakukan dengan tema tentang Sosialisasi Inovasi Produk dan Desain Packaging, Selanjutnya disepakati: waktu pelaksanaan, bentuk kegiatan, sasaran kegiatan, persiapan teknis dan persiapan penyusunan poin-poin kuisisioner untuk pre test dan post test serta persiapan lain yang sifatnya memastikan acara bisa terlaksana dengan lancar. Langkah-langkah yang dilakukan untuk mendukung kegiatan pengabdian pada tahap awal, yaitu:

a. Studi Literatur/Studi Kepustakaan

Tahap awal adalah melakukan studi literatur/studi kepustakaan, dengan mempelajari studi literatur untuk memperoleh wawasan yang luas terkait obyek-obyek yang akan diteliti. Dengan studi literatur akan memperoleh informasi yang relevan tentang inovasi produk dan desain packaging., Caranya ialah memahami teori dan konsep yang telah ada, menemukan study kasus yang relevan, dan mengidentifikasi masalah yang ada pada inovasi produk dan desain packaging.

b. Survey

Pada tahap ini tim pengabdian kepada masyarakat melakukan survey langsung ke Desa Bangsongan untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sebagai upaya untuk mengumpulkan data primer. Survey juga dilakukan terhadap tempat yang akan digunakan untuk kegiatan sosialisasi.

c. Wawancara

Wawancara langsung kepada masyarakat Desa Bangsongan, diharapkan dapat

memberikan pemahaman yang lebih mendalam terkait inovasi produk dan desain packaging.

2. Tahap Pelaksanaan PKM

Kegiatan dilaksanakan pada tanggal, 20 Desember 2025 yang dimulai dengan pembukaan kegiatan sosialisasi, dilanjutkan dengan pengenalan tim pengabdian kepada peserta sosialisasi. Kemudian dilanjutkan dengan pre-test, ceramah, diskusi dan tanya jawab langsung dan di akhir acara dilakukan post-test dan foto. Kegiatan sosialisasi dapat berjalan sesuai rencana dan lancar. Adapun kegiatan yang dilakukan pada saat pelaksanaan sosialisasi adalah memberikan penjelasan tentang inovasi produk dan desain packaging sehingga diharapkan dapat memberikan pengetahuan akan pentingnya inovasi produk dan desain packaging untuk meningkatkan pemasaran produk dan daya saing pasar.

3. Evaluasi Kegiatan PKM

Sebagai bentuk evaluasi tentang kegiatan sosialisasi maka tim dosen merumuskan hasil-hasil kegiatan berupa catatan-catatan saat diskusi yang disusun dalam laporan akhir kegiatan PKM. Ketua sosialisasi Riyanah, SE, MM dan anggota sosialisasi menyerahkan laporan kegiatan ke pimpinan Universitas Pawayatan Daha Kediri melalui Ketua LPPM Universitas Pawayatan Daha.

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Acara dilaksanakan pada tanggal 20 Desember 2025 mulai jam 19.00 sampai jam 20.30 WIB dengan peserta sebanyak 27 orang dari Desa Bangsongan, Kecamatan Kayen Kidul. Adapun kegiatan sosialisasi ini disampaikan dalam tiga sesi, yaitu:

Sesi 1. Perkenalan peserta, pengantar materi desain produk dan desain packaging

Untuk membuat suasana dekat dan tidak kaku agar diketahui apakah peserta sudah mengenal inovasi produk dan desain packaging, para peserta diberikan beberapa pertanyaan.

Tabel 1. Pre-Test Jawaban Peserta Sosialisasi

No	Pertanyaan	1	2
1	Apakah saudara pernah mengikuti sosialisasi inovasi produk dan desain packaging sebelumnya?	Belum pernah (100%)	-
2	Apakah saudara mengetahui inovasi produk	Tidak (74%)	Tahu (26%)
3	Apakah saudara mengetahui desain packaging	Tidak (85%)	Tahu (15%)
4	Apakah saudara pernah melakukan inovasi produk dan desain packaging	Tidak pernah (82%)	Pernah (18% orang)
5	Apakah saudara mengetahui manfaat dari inovasi produk dan desain packaging	Tidak (77%)	Tahu (23%)

Berdasarkan jawaban atas lima pertanyaan tersebut, maka pemateri memulai menyampaikan pengantar terkait inovasi produk dan desain packaging ,

Sesi 2. Menjelaskan Arti, Tujuan Inovasi Produk dan Arti, Fungsi Desain Packaging

Inovasi produk adalah proses menciptakan produk baru atau menyempurnakan produk yang sudah ada untuk memberikan nilai tambah, memenuhi kebutuhan pelanggan yang berubah, dan meningkatkan daya saing perusahaan.

Inovasi produk meliputi:

- a. Menciptakan produk baru
- b. Menyempurnakan produk lama
- c. Meningkatkan nilai pelanggan
- d. Menjaga daya saing

Tujuan inovasi produk:

- a. Meningkatkan kualitas
- b. Memenuhi kebutuhan pelanggan
- c. Menciptakan pasar baru di tengah masyarakat
- d. Mengembangkan dan mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan,
- e. Mengganti produk atau layanan
- f. meningkatkan efisiensi produk

Desain packaging merupakan usaha kreatif dalam memproses suatu benda yang nantinya berfungsi sebagai pembungkus atau wadah dari suatu produk. Secara umum fungsi dari desain packaging adalah :

- a. Penentu identitas produk
- b. Mewakili estetika produk
- c. Brand image jangka panjang

Sesi 3. Diskusi dan Tanya Jawab.

Pada sesi ini suasana menjadi lebih hidup, peserta sosialisasi sangat antusias untuk berdiskusi dan bertanya kepada pemateri, peserta juga bersedia menjawab pertanyaan-pertanyaan dari pemateri. Peserta sosialisasi sangat tertarik dengan materi yang disampaikan oleh pemateri, mereka juga merasa ingin tahu lebih jauh tentang inovasi produk dan desain packaging.

b. Target Pelaksana

Target kegiatan ini adalah meningkatnya pemahaman peserta sosialisasi terhadap inovasi produk dan desain packaging di Desa Bangsongan, Kecamatan Kayen Kidul, Kabupaten Kediri. Target pelaksanaan sosialisasi inovasi produk dan desain packaging adalah : konsumen/calon konsumen, suatu produk, pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

c. Evaluasi Kegiatan PKM

Berdasarkan hasil diskusi dan tanya jawab peserta sosialisasi dengan pemateri, maka diperoleh bahwa kegiatan berjalan sesuai rencana (baik waktu, biaya dan tempat) Tingkat pemahaman peserta sosialisasi yang meningkat, dapat dilihat dari Post-test jawaban peserta.

Tabel 2. Post-test Jawaban Peserta

Pertanyaan	Jawaban
Setelah mengikuti acara sosialisasi ini, seberapa paham saudara tentang inovasi produk dan desain packaging?	<ul style="list-style-type: none">- Sangat tidak paham : 0%- Tidak paham 0%- Paham 36 %- Sangat paham 64%

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa peserta sosialisasi sangat memahami materi yang disampaikan oleh pemateri sebesar 64 % dan yang paham 36%.



Gambar 1. Foto Diskusi Sebelum Sosialisasi Inovasi Produk dan Desain Packaging di Desa Bangsongan Dimulai



Gambar 2. Foto Sosialisasi Inovasi Produk dan Desain Packaging di Desa Bangsongan



Gambar 3. Foto Peserta Sosialisasi Inovasi Produk dan Desain Packaging di Desa Bangsongan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian di Desa Menang berhasil meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan sampah plastik melalui pembuatan dan pemasangan tiga unit kotak donasi sampah plastik berbahan besi hollow. Pendekatan partisipatif yang melibatkan perangkat desa dan warga tidak hanya menghasilkan infrastruktur fisik, tetapi juga memicu perubahan perilaku dalam memilah sampah. Keberlanjutan program perlu didukung dengan sistem pengelolaan lanjutan, seperti kemitraan dengan bank sampah atau pembentukan kelompok pengelola sampah desa.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifian Nugraha. (2021). Sosialisasi Pentingnya Inovasi Produk pada *Filter Coffee* dan Pelatihan Inovasi Produk, *Majalah Ilmiah Pelita Ilmu*, Vol.4,No.1, STIA Pembangunan Jember. <http://jurnal.stiapembangunanjember.ac.id/index.php/pelitailmu/index>
- Kotler dan Armstrong (2018) dalam Febri Rahmawati Arj. (2021). Sosialisasi Desain Kemasan sebagai Daya Tarik Produk bagi UMKM Makanan dan Minuman Jakpreneur Wilayah Jakarta Selatan. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, Vol 4, No.2. <https://jurnal.usahid.ac.id/kewirausahaan/article/view/623/472>
- Magnier et all. (2016) in Moh. Farid Najib et.all. (2022). Inovasi Desain Kemasan (*packaging*) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM, *DIMAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol.6, No. 1, Hal. 56-64. DOI: <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Mei IeI & Salsabilla Ayundha Martsha Buana (2024). Integrasi Inovasi Produk dan Desain Kemasan sebagai Upaya Peningkatan Daya Tarik Produk Kerajinan UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, Vol. 7, No. 2, Hal. 353-359
- Puspasari, E. L., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk dan Dukungan Partner terhadap Keunggulan Bersaing. *Dipornegoro Journal of Management*, Vol. 6, Hal. 1–8.
- Prihatini, D., Puspitasari, N., Suroso, I., & Muhsyi, A. (2022). *Peningkatan Literasi Keuangan Islam Pada KSPPS di Kabupaten Jember*. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(4), Article 4. <https://doi.org/10.54099/jpma.v1i4.414>
- Rico Elhando Badri et all. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, Vol. 2 No. 2, Hal. 347-353. Doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1268.
- Sucipta, I.N., Suriasih, K., & Kenacana, P.K.D. (2017). *Pengemasan Pangan Kajian Pengemasan yang aman, nyaman, efektif dan efisien* in Denpasar: Udayana University Press. <https://journal.universitasbumigora.ac.id/index.php/ADMA>