

INOVASI KEMASAN PRODUK UMKM BONGGOLAN BRANDING DAN PEMASARAN DI E-COMMERCE DESA MRIYUNAN

Ervi Suminar¹, Widiharti², Widya Lita Fitrihanur³, Apriyanti Noor Hasanah⁴, Dian Pratiwi⁵, Talitha Hardiyan Aghata⁶, Ihsanul Isra Alfiansyah⁷, Ahmadamin Firmansyah⁸

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Keperawatan dan Profesi Ners, ^{4,5,6,7,8} Program Studi Ilmu Gizi
Universitas Muhammadiyah Gresik

Email : ervi.suminar@umg.ac.id

ABSTRAK

Kuliah Kerja Nyata dilaksanakan di Desa Mriyunan, Sidayu, Kabupaten Gresik. Pelaksanaan program kerja dari program manajemen adalah mengembangkan inovasi kemasan produk bonggolan pada salah satu UMKM. Bonggolan adalah jajanan berbentuk lonjong yang terbuat dari bahan dasar daging ikan yang dicampur tepung kanji yang ditambah dengan garam dan bawang putih. Jajanan ini berasal dari daerah pesisir Gresik, Jawa Timur. Bonggolan termasuk produk olahan ikan dan produk perishable food dimana produk tersebut yang mudah terkontaminasi oleh mikroba saat proses penyimpanan. Dengan masa simpan yang pendek akan membuat produksi serta distribusi produk tidak bisa menjangkau pasar di wilayah tertentu. Dengan mengembangkan inovasi pada produk bonggolan ini kita dapat memperpanjang masa penyimpanan dengan menerapkan kemasan vakum sebagai kemasan sekundernya, dari produk bonggolan dikemas dengan daun pisang dan kemasan vakum. Pengemasan vakum pada produk pangan biasanya menggunakan jenis plastik poly propylene dan tidak terdapat oksigen, sehingga dapat menghambat pertumbuhan bakteri aerob. Bonggolan yang hanya dikemas dengan daun pisang bisa bertahan sekitar 12-24 jam pada suhu ruang, 2-3 hari suhu dingin, dan 14 hari suhu beku. Tujuan dengan mengembangkan inovasi kemasan bonggolan dari kemasan daun pisang menjadi kemasan vakum diharapkan masa penyimpanan produk menjadi lebih lama dan dapat membantu salah satu UMKM di Desa Mriyunan agar produk tersebut dapat dipasarkan lebih luas. Program ini melibatkan variasi dalam mendesain kemasan, isi kemasan, dan metode penjualan. Program ini memberikan inovasi baru pada kemasan sebagai produk yang dapat memberikan kontribusi baru sebagai produk bernilai tambah dengan daya saing pasar yang lebih tinggi. Dengan kemasan vakum, bonggolan ini nantinya dapat memberikan wawasan yang baru bagi UMKM khususnya pelaku usaha dalam meningkatkan mutu dan ekonomi di Desa Mriyunan.

Keywords : Bonggolan, Inovasi kemasan, Pengembangan, Pemasaran.

ABSTRACT

The Real Work study was held in Desa Mriyunan, Sidayu, Gresik Regency. The implementation of the work program of the management program is to develop packaging innovation for bonggolan products in one of the MSMEs. Bonggolan is an oval-shaped snack made from fish meat mixed with starch and added with salt and garlic. This snack comes from the coastal area of Gresik, East Java. Bonggolan includes processed fish products and perishable food products, where these products are easily contaminated by microbes during the storage process. A short shelf life will mean that product production and distribution cannot reach markets in certain areas. By developing innovations in this bonggolan product, we can extend the storage period by applying vacuum packaging as secondary packaging, the bonggolan product is packaged in banana leaves and vacuum packaging. Vacuum packaging for food products usually uses poly propylene plastic and does not contain oxygen, so it can inhibit the growth of aerobic bacteria. Bulbs that are only packaged in banana leaves can last

around 12-24 hours at room temperature, 2-3 days at cold temperatures, and 14 days at freezing temperatures. The aim of developing the lump packaging innovation from banana leaf packaging to vacuum packaging is that it is hoped that the product storage period will be longer and can help one of the MSMEs in Mriyunan Village so that the product can be marketed more widely. This program involves variations in packaging design, packaging contents, and sales methods. This program provides new innovations in packaging as products that can make new contributions as value-added products with higher market competitiveness. With vacuum packaging, these lumps will be able to provide new insights for MSMEs, especially business actors, in improving quality and the economy in Mriyunan Village.

Keywords : *Bonggolan, packaging innovation, development, marketing.*

PENDAHULUAN

Desa Mriyunan, yang terletak di kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur, memiliki potensi sumber daya perikanan yang sangat signifikan. Berlokasi dekat dengan pantai, Desa Mriyunan memiliki akses yang mudah ke perairan yang kaya akan keanekaragaman hayati laut, memberikan peluang besar bagi pengembangan sektor perikanan di desa tersebut. Program kerja yang akan dilakukan difokuskan pada pengembangan potensi Desa Mriyunan, khususnya sumber daya ikan yang telah diolah menjadi makanan khas, yaitu Bonggolan Ikan.(Akbar Perdana et al., 2023). Ikan menjadi penggerak utama dalam meningkatkan usaha dan kesejahteraan nelayan di Desa Mriyunan, Kabupaten Gresik. Oleh karena itu, program kerja yang dirancang bertujuan untuk memanfaatkan potensi ikan di desa ini dengan mengolahnya menjadi produk makanan bernilai tambah, yaitu Bonggolan Ikan. Melibatkan nelayan dan masyarakat Desa Mriyunan secara aktif, program ini akan memetakan potensi Desa Mriyunan secara komprehensif dan melakukan evaluasi terhadap proses produksi dan pengolahan ikan untuk meningkatkan kualitas produk Bonggolan Ikan (Aditya et al., 2024).

Dalam program kerja ini, juga akan diberikan sosialisasi dan pelatihan kepada UMKM di desa mengenai inovasi dalam pengemasan Bonggolan Ikan. Pengemasan yang menarik dan fungsional akan meningkatkan daya tarik dan daya tahan produk ini, sehingga dapat menarik minat beli konsumen dan memperpanjang masa simpan. Tujuan lain dari program kerja ini adalah meningkatkan daya tarik Desa Mriyunan secara keseluruhan. Dengan mengembangkan potensi perikanan dan produk bernilai tambah seperti Bonggolan Ikan, Desa Mriyunan dapat menjadi destinasi yang menarik bagi wisatawan dan pengunjung, yang berdampak positif pada perekonomian desa dan tingkat kesejahteraan masyarakat setempat(Aditya et al., 2024) Kolaborasi dengan pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan komunitas UMKM sangat penting dalam mencapai tujuan program kerja ini. Pemerintah dapat memberikan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang mendukung pengembangan sektor perikanan di desa ini. Lembaga pendidikan dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada UMKM terkait inovasi kemasan dan pengembangan produk. Sementara komunitas UMKM dapat saling bersinergi dan berbagi pengalaman untuk mengembangkan bisnis masing-masing.(Hariawan et al., 2020)

Ikan juga memiliki banyak manfaat untuk kesehatan manusia. Kandungan nutrisi seperti vitamin D, kalsium, dan asam lemak omega-3 dalam ikan menjaga kesehatan tulang, mata, jantung, otak, serta dapat membantu mengurangi risiko terkena penyakit degenerasi

macula, depresi, dan demensia pada lansia. Kadar kolesterol yang rendah membuat ikan menjadi pilihan yang lebih sehat sebagai sumber protein dibandingkan dengan daging merah. Dalam program kerja ini, akan dilakukan sosialisasi mengenai manfaat kesehatan ikan kepada masyarakat Desa Mriyunan, agar mereka semakin menyadari pentingnya mengonsumsi ikan secara rutin dalam pola makan sehari-hari. UMKM yang terlibat dalam produksi Bonggolan Ikan juga akan diberikan edukasi mengenai manfaat kesehatan ikan agar mereka dapat mempromosikan produk dengan lebih efektif.(Andhikawati et al., 2021)

Selain itu, program kerja ini juga akan fokus pada pengembangan inovasi kemasan untuk meningkatkan daya saing produk Bonggolan Ikan. Kemasan yang inovatif dapat memberikan nilai tambah dalam segi estetika, kepraktisan, dan daya simpan produk. Dengan memperpanjang masa penyimpanan, produk Bonggolan Ikan dapat didistribusikan lebih luas dan mencapai pasar yang lebih luas pula. UMKM akan diberikan pelatihan mengenai teknik pengemasan material kemasan yang efektif, sehingga mereka dapat menghasilkan produk dengan kualitas kemasan yang baik. Program kerja ini juga akan melibatkan promosi dan pemasaran produk Bonggolan Ikan. Dalam era digital, pemasaran online dapat menjadi alat yang efektif untuk mencapai pasar yang lebih luas. UMKM akan diberikan pelatihan mengenai strategi pemasaran online, termasuk penggunaan media sosial, pembuatan konten yang menarik, dan manajemen toko online. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi, produk Bonggolan Ikan dapat dipromosikan secara efektif kepada konsumen potensial di dalam dan di luar Desa Mriyunan.

Dalam program kerja ini, juga akan dilakukan evaluasi secara berkala terhadap implementasi dan perkembangan program. Evaluasi ini akan membantu mengidentifikasi keberhasilan program serta mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan atau diperbaiki. Melalui siklus evaluasi yang berkelanjutan, program kerja ini dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM dan masyarakat Desa Mriyunan. Program kerja ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pengembangan sektor perikanan di Desa Mriyunan, meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan nelayan serta masyarakat setempat, dan menciptakan produk unggulan yang dapat memperkuat citra Desa Mriyunan sebagai daerah potensial dalam bidang perikanan. Dengan adanya kolaborasi yang baik antara pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas UMKM, dan masyarakat, program ini memiliki peluang besar untuk berhasil dan memberikan manfaat jangka panjang bagi Desa Mriyunan.(Hayatie et al., 2021)

METODE PELAKSANAAN

Metode yang kami gunakan adalah metode kualitatif secara langsung dengan narasumber karena penelitian tersebut bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami subjek penelitiannya dengan memberikan beberapa pertanyaan terkait produk, kemasan produk, dan cara pemasaran produk. Dalam proses wawancara dengan narasumber kami, kami berusaha mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan tantangan yang dihadapi oleh UMKM di desa Mriyunan.

Berdasarkan hasil wawancara, kami menyadari bahwa UMKM di desa Mriyunan memiliki potensi yang besar namun masih menghadapi kendala dalam mengembangkan produk, kemasan, dan pemasaran. Oleh karena itu, kami memutuskan untuk membuat program kerja yang bertujuan untuk mengembangkan inovasi kemasan produk UMKM

bonggolan, menciptakan branding yang kuat, dan membantu memasarkan produk-produk tersebut melalui platform sosial e-commerce. Program kerja ini dirancang dengan harapan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam memajukan UMKM di desa Mriyunan. Kami akan bekerja sama dengan UMKM untuk mengevaluasi dan memperbaiki kemasan produk mereka agar lebih menarik dan fungsional. Selain itu, kami akan membantu UMKM dalam menciptakan branding yang membedakan produk mereka dari pesaing di pasar. (Sukaris & Yulia, 2021) Selain itu, kami akan memberikan pelatihan kepada UMKM mengenai strategi pemasaran di platform sosial e-commerce. Dalam era digital ini, memanfaatkan kekuatan internet dan media sosial adalah langkah yang penting untuk mencapai pasar yang lebih luas. Dengan demikian, UMKM di desa Mriyunan dapat mendapatkan eksposur yang lebih besar dan meningkatkan penjualan produk mereka.

Dalam program kerja ini, kami juga akan melibatkan pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan komunitas UMKM untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk UMKM di desa Mriyunan. Kolaborasi ini diharapkan dapat menciptakan ekosistem yang kokoh bagi UMKM untuk berkembang dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan melibatkan berbagai pihak dan menerapkan pendekatan kualitatif langsung dengan narasumber, kami yakin bahwa program kerja ini akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi UMKM di desa Mriyunan. Kami berkomitmen untuk mendukung kemajuan dan pertumbuhan UMKM, sehingga mereka dapat menjadi pilar ekonomi yang kuat dan berkelanjutan dalam komunitas mereka. (Hamid, 2016)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan tujuan utama untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Fokus penelitian ini adalah edukasi pengembangan inovasi kemasan bonggolan ikan sebagai inovasi yang penting bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Mriyunan. Saat ini, UMKM di desa tersebut masih belum menyadari betapa pentingnya kemasan produk dalam hal promosi dan peningkatan nilai jual.

Proses pengembangan inovasi kemasan ini memiliki makna yang signifikan, yaitu memperlihatkan betapa pentingnya branding pada suatu produk melalui pengembangan inovasi kemasan. Kegiatan penelitian ini dilaksanakan di rumah salah satu pemilik UMKM di Desa Mriyunan, Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik. Kegiatan tersebut dilakukan pada hari Rabu, tanggal 24 Januari 2024, dan dimulai pukul 09.00 WIB. Salah satu pemilik UMKM yang bergerak di bidang bonggolan ikut serta dalam kegiatan edukasi ini, dengan harapan bahwa edukasi ini dapat menjadi inovasi baru yang membawa keuntungan bagi usahanya.

Tujuan dari kegiatan edukasi ini adalah agar UMKM di Desa Mriyunan dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari program studi manajemen untuk mengembangkan beberapa usaha. Edukasi ini juga melatih pemilik UMKM dalam merancang kemasan yang menarik perhatian pembeli. Mengingat bahwa di Desa Mriyunan masih sedikit produk yang menggunakan bahan dasar ikan, program ini bertujuan untuk memberikan inovasi dalam kemasan produk dan juga meningkatkan pemahaman akan pentingnya desain kemasan pada produk bonggolan ikan. (Diva Nabilah et al., 2023)

Pelaksanaan kegiatan dimulai dengan sambutan dari Dian Pratiwi, yang menjelaskan tujuan dari edukasi ini dan pentingnya inovasi dalam kemasan produk bonggolan ikan. Selanjutnya, anggota tim seperti Talitha Hardiyan Aghata, Apriyanti Noor Hasanah, Ihsanul

Isra Alfiansyah, dan Ahmad Amin Firmansyah membantu dalam menjelaskan proses pengemasan dan bahan-bahan yang digunakan. Selama penjelasan tersebut, pemilik UMKM ikut terlibat secara langsung dalam praktek pengemasan dan mengabadikan proses tersebut.

Hasil dari perubahan desain logo produk adalah peralihan dari penggunaan kertas biasa yang dipasang dengan isolasi menjadi stiker dengan desain logo berwarna menarik. Tim telah membuat beberapa pilihan desain untuk menjadi desain logo baru. Stiker tersebut dapat ditempelkan pada kemasan plastik vakum. Perubahan ini diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk dan memberikan nilai tambah pada kemasan bonggolan ikan.

Kegiatan edukasi ini juga melibatkan diskusi dan sesi tanya jawab antara tim edukasi dan pemilik UMKM. Diskusi tersebut berfokus pada topik-topik terkait strategi pemasaran, pemilihan bahan kemasan yang tepat, serta penggunaan teknik desain yang kreatif untuk menarik perhatian konsumen. Pemilik UMKM juga diajak untuk berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam menjalankan usaha mereka.

Selain itu, dalam kegiatan edukasi ini juga disampaikan informasi tentang pentingnya mengikuti tren dan perkembangan pasar terkini. Tim edukasi memberikan contoh-contoh produk dengan kemasan inovatif dan menarik dari sektor lain yang dapat menjadi inspirasi bagi pemilik UMKM dalam mengembangkan kemasan produk mereka. Mereka juga dibekali dengan pengetahuan tentang pentingnya memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk promosi dan pemasaran produk mereka. (Syafitri & Suriyanto, n.d.)

Selama kegiatan edukasi, pemilik UMKM juga diberikan pelatihan mengenai cara mengelola stok dan inventarisasi produk mereka secara efisien, serta cara mengatur logistik dan distribusi produk. Mereka juga diberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Selain itu, kegiatan edukasi ini juga mencakup sesi praktik langsung dalam merancang kemasan produk. Pemilik UMKM diberikan kesempatan untuk berkreasi dan merancang kemasan yang sesuai dengan identitas merek dan pasar target mereka. Mereka diajarkan tentang prinsip-prinsip desain yang menarik, penggunaan warna yang tepat, dan cara membuat kemasan yang praktis namun tetap menarik bagi konsumen.

Selama kegiatan tersebut, tim edukasi memberikan masukan dan dorongan kepada pemilik UMKM untuk berpikir kreatif dan berani mengambil risiko dalam mengembangkan inovasi kemasan mereka. Mereka juga mendorong kolaborasi antara pemilik UMKM untuk saling bertukar ide dan mendukung satu sama lain dalam menghadapi tantangan bisnis. Setelah kegiatan edukasi selesai, dilakukan evaluasi untuk mengukur dampak dan efektivitas dari program tersebut. Pemilik UMKM diberikan kesempatan untuk memberikan masukan dan umpan balik mengenai manfaat yang mereka peroleh dari kegiatan ini. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa program edukasi dapat memberikan hasil yang nyata dan berkelanjutan bagi UMKM di Desa Mriyunan. Selanjutnya, tim edukasi juga berkomitmen untuk memberikan dukungan jangka panjang kepada pemilik UMKM. Mereka menyediakan akses ke sumber daya dan informasi yang dapat membantu pengembangan bisnis, seperti pelatihan lanjutan, konsultasi bisnis, dan jaringan mitra yang dapat membantu dalam memasarkan produk mereka.

Secara keseluruhan, kegiatan edukasi pengembangan inovasi kemasan bonggolan ikan di Desa Mriyunan memiliki tujuan yang jelas dan signifikan. Melalui edukasi ini, diharapkan UMKM di Desa Mriyunan dapat meningkatkan pemahaman mereka tentang pentingnya

inovasi kemasan, branding, dan desain produk. Dengan pengetahuan dan keterampilan baru ini, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar dan memperluas pangsa pasar mereka. Selain itu, kegiatan ini juga berpotensi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Desa Mriyunan secara keseluruhan. Melalui kolaborasi antara pemilik UMKM, tim edukasi, dan berbagai pihak terkait lainnya, diharapkan Desa Mriyunan dapat menjadi pusat inovasi dan pertumbuhan UMKM di sektor bonggolan ikan. Dalam jangka panjang, diharapkan program ini dapat menjadi contoh yang dapat ditiru oleh daerah-daerah lain dalam mengembangkan UMKM dan meningkatkan nilai tambah produk lokal melalui inovasi kemasan. Dengan adanya dukungan yang berkelanjutan dan kolaborasi antara berbagai pihak, potensi pengembangan UMKM di Indonesia dapat semakin terwujud dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. (Negoro & Jufriyanto, 2022)



Gambar 1. Desain logo baru



Gambar 4. Dokumentasi hasil pengemasan bonggolan ikan

Dalam program ini, kami juga mendorong kolaborasi antara pemilik UMKM. Mereka akan diajak untuk saling bertukar ide dan pengalaman, serta mendukung satu sama lain dalam menghadapi tantangan bisnis. Kami akan memberikan kesempatan bagi mereka untuk membangun jaringan dan menjalin kerjasama dengan UMKM lainnya, baik di dalam maupun di luar Desa Mriyunan. Hal ini akan membantu dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan keberlanjutan usaha mereka. (Ash-Shiddiqy & Ibrahim, 2022)

Kesimpulan dari program kerja ini adalah bahwa inovasi kemasan dan edukasi mengenai pentingnya branding dan promosi dapat membantu UMKM bonggolan ikan di Desa Mriyunan meningkatkan nilai jual produk dan memperluas distribusi pemasaran. Dengan menggunakan kemasan vakum, produk dapat memiliki masa penyimpanan yang lebih lama, sementara strategi promosi yang efektif melalui sosial media dapat meningkatkan eksposur produk dan menarik minat pembeli. Melalui kolaborasi dan dukungandari program ini, diharapkan UMKM bonggolan ikan dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, serta berkontribusi dalam pengembangan ekonomi Desa Mriyunan.

Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, kami merekomendasikan beberapa langkah selanjutnya. Pertama, pemilik UMKM perlu melibatkan diri secara aktif dalam program edukasi ini dan menerapkan pengetahuan yang diperoleh dalam pengembangan produk dan strategi pemasaran mereka. Kedua, mereka perlu berinvestasi dalam peralatan dan teknologi untuk mendukung produksi dan pengemasan yang lebih efisien. Ketiga, kolaborasi antara UMKM bonggolan ikan di Desa Mriyunan dan UMKM sektor lainnya perlu ditingkatkan melalui pertukaran ide, pengalaman, dan dukungan.(Meiliana et al., 2020)

Terakhir, pemerintah setempat dapat memberikan dukungan dalam bentuk pelatihan lanjutan, akses ke pasar yang lebih luas, dan insentif bagi UMKM bonggolan ikan. Dengan adanya dukungan ini, diharapkan UMKM bonggolan ikan dapat menjadi sektor yang berkembang pesat dan memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi Desa Mriyunan.

Dalam kesimpulannya, program kerja ini bertujuan untuk meningkatkan nilai jual dan distribusi produk bonggolan ikan di Desa Mriyunan melalui inovasi kemasan dan edukasi. Melalui kemasan vakum dan strategi promosi yang efektif, serta dukungan kolaboratif dan pemerintah, diharapkan UMKM bonggolan ikan dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi Desa Mriyunan.(Dwi Imani et al., 2023). Selama kegiatan edukasi, kami juga akan menyediakan contoh-contoh produk dengan kemasan inovatif dari sektor lain yang dapat menjadi inspirasi bagi pemilik UMKM. Kami akan membahas tren dan perkembangan pasar terkini, sehingga mereka dapat mengikuti perkembangan dan mengadaptasikan strategi pemasaran mereka. Kami juga akan memberikan pelatihan mengenai manajemen stok dan inventarisasi produk, serta pengaturan logistik dan distribusi yang efisien. Selain itu, kami akan memberikan pemahaman tentang pentingnya menjaga kualitas produk dan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kami akan membahas tentang pentingnya pengujian produk dan standar keamanan pangan, sehingga pemilik UMKM dapat memastikan bahwa produk mereka berkualitas tinggi dan aman untuk dikonsumsi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil program kerja prodi Manajemen, dapat ditarik kesimpulan bahwa di Desa Mriyunan, terdapat produk yang terbuat dari bahan dasar ikan, khususnya ikan payus, yang diolah menjadi bonggolan ikan dengan berbagai varian rasa. Namun, meskipun memiliki produk yang berkualitas, UMKM bonggolan ikan di Desa Mriyunan masih menghadapi tantangan dalam meningkatkan nilai jual dan memperluas distribusi pemasaran. Oleh karena itu, program kerja ini bertujuan untuk memberikan inovasi kemasan pada bonggolan ikan dan memberikan edukasi kepada pemilik UMKM mengenai pentingnya kemasan pada produk.

Salah satu aspek penting dari inovasi kemasan adalah branding. Dalam program ini, kami mengusulkan perubahan kemasan dari yang sebelumnya hanya dikemas dengan daun pisang menjadi kemasan vakum kedap udara. Dengan menggunakan kemasan vakum, produk bonggolan ikan dapat memiliki masa penyimpanan yang lebih lama, sehingga memungkinkan untuk distribusi yang lebih luas. Selain itu, kami juga menyarankan untuk membuat label brand yang inovatif yang sesuai dengan preferensi pemilik usaha. Hal ini akan membantu meningkatkan daya tarik produk dan membangun citra merek yang kuat. Selain inovasi kemasan, penting juga untuk melakukan promosi yang efektif guna mengenalkan produk bonggolan ikan pada masyarakat luas. Di era digital ini, sosial media menjadi alat yang efektif untuk melakukan promosi. Oleh karena itu, kami mendorong pemilik UMKM untuk melakukan promosi produk mereka melalui sosial media. Kami juga dapat membantu dalam merancang strategi promosi yang inovatif dan kreatif, sehingga dapat menarik minat pembeli potensial. Dalam program edukasi ini, pemilik UMKM bonggolan ikan akan terlibat secara aktif. Mereka akan diberikan pengetahuan dan keterampilan tentang pentingnya branding, desain kemasan yang menarik, dan strategi promosi yang efektif. Kami akan melibatkan mereka dalam proses pengembangan inovasi kemasan, sehingga mereka dapat berpartisipasi langsung dalam merancang kemasan yang sesuai dengan identitas merek mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Ukm) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.
- Akbar Perdana, M., Tri Amanda, A., & Yasin, M. (2023). Strategi Pengembangan Produk Unggulan Industri Kecil Bonggolan Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(3), 96–104.
- Andhikawati, A., Junianto, J., Permana, R., & Oktavia, Y. (2021). Review: Komposisi Gizi Ikan Terhadap Kesehatan Tubuh Manusia. *Marinade*, 4(02), 76–84. <https://doi.org/10.31629/marinade.v4i02.3871>
- Ash-Shiddiqy, M., & Ibrahim. (2022). Potensi Desa Dan Strategi Penerapan Ekonomi Islam Dalam Pengelolaan Bisnis Badan Usaha Milik Desa(BUMDES). *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 22(1), 1–28.
- Diva Nabilah, L., Andarini Universitas Pembangunan Nasional, S., Timur Alamat, J., Raya Rungkut Madya No, J., Anyar, G., & Timur, J. (2023). Penyuluhan Tentang Pentingnya Inovasi dan Kemasan dalam Penerapan Digital Marketing di Era Revolusi Industri 4.0 pada UMKM di Desa Ngepoh. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Sains Dan Teknologi*, 2(3), 67–77.
- Dwi Imani, R., Sucipto, H., Afridah, N., Syaifulloh, M., & Bambang Riono, S. (2023). Penyuluhan Pentingnya Label Pada Kemasan Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Desa Randusanga Wetan. *ITAKARYA : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 43–55.
- Hamid, F. (2016). Motif Pemilihan Metode Penelitian Dalam Penyusunan Skripsi (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Sosial*, 5(3), 280–289.
- Hariawan, F., Nashrudin Latif, Christina Menuk Sri Handayani, & Evita Purnaningrum.

- (2020). Pelatihan Aspek Marketing Mix Pada Pelaku Usaha Bonggolon Di Desa Pengulu Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik. *Ekobis Abdimas : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 26–31. <https://doi.org/10.36456/ekobisabdimas.1.1.26-31.2337>
- Hayatie, M. N., Gautama, M. S., & Alam Sur, W. A. (2021). SOSIALISASI STRATEGI PEMASARAN BERBASIS ONLINE PADA PRODUK USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.20527/btjpm.v3i1.2366>
- Meiliana, M., Retnaningsih, C., & Retnawati, B. B. (2020). Penyuluhan Penggunaan Asap Cair dan Kemasan Vakum Pada UMKM Makanan Berbasis Hasil Laut di Tambaklorok, Semarang Utara. *Magistrorum et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 140–148. <https://doi.org/10.24246/jms.v1i12020p140-148>
- Negoro, Y. P., & Jufriyanto, M. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Produk Frozen Food Dengan Smartmockups Dan Aplikasi Canva Pada Umkm Asosiasi Sidayu. *DedikasiMU: Journal of Community Service*, 4(2), 150. <https://doi.org/10.30587/dedikasimu.v4i2.3987>
- Sukaris, S., & Yulia, N. T. (2021). The role of product quality, promotion, conformity in increasing consumer loyalty. *Innovation Research Journal*, 2(1), 7. <https://doi.org/10.30587/innovation.v2i1.2392>
- Syafitri, T. E., & Surianto, M. A. (n.d.). *Social Media as a Strategy to Attract Tourists in Setigi*. 40–51.