



PENGEMBANGAN USAHA TAQIYA CHIPS DENGAN INOVASI KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING

Gunawan Mohammad¹, Dimas Jordy Andriansyach², Zuhaira Millatina³,
 Teddy Setiady⁴, Muhammad Aldi Arrifqi⁵,

¹²³⁴⁵Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara, Jl. Taman Siswa, Pekeng, Kauman, Tahunan, Kec. Tahunan, Kabupaten Jepara, Jawa Tengah, (0291) 595320

Post-el: gunwan@unisnu.ac.id¹

211240001147@unisnu.ac.id²

211510000469@unisnu.ac.id³

231240001354@unisnu.ac.id⁴

211270000483@unisnu.ac.id⁵

Abstrak	Info Artikel
<p><i>UMKM memiliki peran penting dalam perekonomian, namun masih menghadapi kendala dalam pemasaran digital, inovasi kemasan, dan legalitas usaha. Taqiya Chips, sebuah UMKM di Desa Geneng, Jepara, mengalami keterbatasan dalam pemasaran, desain kemasan, dan perizinan usaha, sehingga menghambat daya saingnya. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing Taqiya Chips melalui inovasi kemasan dan pendampingan legalitas. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif dengan melibatkan pemilik usaha dalam perancangan dan implementasi strategi. Kegiatan yang dilakukan meliputi desain ulang kemasan, penggunaan heat sealer untuk penyegelan yang lebih aman, serta pendampingan dalam pengurusan izin usaha. Hasil menunjukkan bahwa kemasan baru lebih menarik, aman, dan informatif, sehingga meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing produk di pasar. Selain itu, upaya pengurusan legalitas membuka peluang distribusi yang lebih luas. Kesimpulannya, inovasi kemasan dan legalitas usaha berperan penting dalam mendukung keberlanjutan UMKM. Rekomendasi yang diberikan adalah pemanfaatan pemasaran digital serta strategi bisnis adaptif untuk memperluas jangkauan pasar.</i></p>	<p>Diajukan : 24-11-2024 Diterima : 05-02-2025 Diterbitkan : 14-02-2025</p> <p>Kata kunci: <i>inovasi kemasan, legalitas usaha, UMKM,</i></p> <p>Keywords: <i>business legality, packaging innovation,UMKM</i></p>
<p>Abstract</p> <p><i>Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in the economy but still face challenges in digital marketing, packaging innovation, and business legality. Taqiya Chips, an MSME in Geneng Village, Jepara, struggles with limited marketing, simple packaging design, and the absence of business permits, which hinder its competitiveness. This community service aims to enhance Taqiya Chips' market competitiveness through packaging innovation and legal assistance. The method used is a participatory approach, involving business owners in strategy planning and implementation. Activities include redesigning product packaging, introducing heat sealer technology for safer sealing, and assisting in business licensing processes. The results show that the new packaging is more attractive, secure, and informative, increasing consumer trust and product competitiveness. Additionally, obtaining business legality expands distribution opportunities. In conclusion, packaging innovation and business legality play a crucial role in supporting MSME sustainability. It is recommended that digital marketing strategies and adaptive business approaches</i></p>	

be utilized to expand market reach.

Cara mensitasi artikel:

Mohammad, G., Andriansyach, D.J., Millatina, Z., Setiady, T., Arrifqi, M.A. (2025). Pengembangan Usaha Taqiya Chips Dengan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Daya Saing. *IJCD: Indonesian Journal of Community Dedication*, 3(1), 69–76.
<https://jurnal.academiacenter.org/index.php/IJCD>

PENDAHULUAN

Pada era digital 4.0, strategi pemasaran berbasis digital telah menjadi elemen penting bagi keberlanjutan dan pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Teknologi digital membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing, serta membangun interaksi yang lebih erat dengan pelanggan (Firdaus et al., 2022), tetapi masih banyak UMKM yang belum mampu mengoptimalkan strategi digital marketing dalam bisnis mereka akibat keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman terkait pemasaran digital, serta inovasi dalam kemasan dan branding yang masih minim (Idah & Pinilih, 2020).

Taqiya Chips, sebuah UMKM yang bergerak di bidang produksi makanan ringan berbasis singkong di Geneng, Batealit, Jepara, menghadapi tantangan serupa. Berdiri sejak tahun 2017, usaha ini telah mengelola sebagian besar bahan bakunya secara mandiri dan menawarkan berbagai produk seperti peyek, keripik singkong, dan keripik pisang. Namun, pemasaran produk masih terbatas pada distribusi lokal melalui warung-warung kecil, tanpa pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi yang lebih luas. Produk-produk yang dihasilkan memiliki kualitas yang baik, tetapi masih belum mampu bersaing di pasar yang lebih luas akibat keterbatasan dalam aspek kemasan dan legalitas (Atha, 2023).

Kemasan yang digunakan saat ini masih sangat sederhana, berupa plastik polos tanpa desain atau label yang menarik, serta masih menggunakan staples sebagai metode penyegelan, yang dapat menimbulkan risiko bagi konsumen. Usaha ini belum memiliki izin usaha resmi, yang menghambat peluang untuk masuk ke pasar modern dan distribusi antar kota. Ketidakadaan legalitas ini juga mengurangi tingkat kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan, sehingga membatasi peluang pertumbuhan usaha (Effendi et al., 2022).

Langkah strategis yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing produk melalui inovasi kemasan dan pendampingan dalam pengurusan legalitas usaha. Kemasan yang lebih menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di pasaran, sementara penggunaan metode penyegelan yang lebih aman, seperti heat sealer, akan meningkatkan keamanan dan kualitas kemasan (Falah et al., 2024). Pengurusan legalitas usaha menjadi faktor penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen serta membuka peluang pemasaran yang lebih luas (Rani, 2015). Melalui pendampingan yang memberikan solusi strategis diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat legalitas usaha guna mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan bagi Taqiya Chips.

METODE

Pengabdian ini dilaksanakan pada periode 15 Januari hingga 4 Februari 2025 di Desa Geneng, Kecamatan Batealit, Jepara. Lokasi pengabdian difokuskan pada UMKM Taqiya Chips, sebuah usaha mikro yang bergerak di bidang produksi makanan ringan

berbasis singkong. Subjek pengabdian melibatkan pemilik dan pengelola Taqiya Chips beserta para pekerja yang berperan dalam operasional sehari-hari usaha tersebut. Tim pengabdian mulai dengan melakukan identifikasi masalah yang dihadapi oleh UMKM ini, yang mencakup kendala dalam pemasaran digital, desain kemasan, serta kurangnya legalitas usaha. Berdasarkan hasil wawancara dan diskusi dengan para pelaku usaha, mendapatkan sebuah strategi yang meliputi inovasi kemasan produk, pengenalan metode penyegelan yang lebih aman, serta membantu dalam pengurusan izin usaha agar usaha tersebut dapat lebih berkembang dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

Keterlibatan subyek dampingan dalam proses perencanaan dan pengorganisasian komunitas sangat penting dalam pengabdian ini. Pemilik dan pengelola Taqiya Chips turut aktif dalam setiap tahapan, mulai dari perencanaan hingga implementasi. Melalui pendekatan partisipatif, di mana para pemilik usaha diberi kesempatan untuk berbagi masukan, harapan, dan tantangan yang mereka hadapi. Proses pendampingan dilakukan secara intensif melalui pelatihan langsung mengenai desain kemasan yang lebih menarik dan aman, serta penggunaan alat penyegelan seperti heat sealer untuk meningkatkan kualitas produk (Wang et al., 2024). Bimbingan dalam proses perizinan usaha agar Taqiya Chips dapat memperoleh legalitas resmi yang akan membuka peluang pasar yang lebih luas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap mitra UMKM Taqiya Chips, sejumlah langkah strategis telah diambil untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas kemasan produk. Temuan ilmiah yang diperoleh menunjukkan perubahan signifikan dalam kualitas produk dan persepsi konsumen setelah dilakukan perubahan pada desain kemasan dan logo, serta implementasi bahan kemasan yang lebih aman dan efisien. Berikut adalah pembahasan mendalam mengenai temuan-temuan yang diperoleh.

Desain Logo dan Label Kemasan

Proses desain logo pertama kali diajukan oleh pemilik usaha yang teridentifikasi menyerupai makhluk hidup. Hal ini berpotensi menimbulkan masalah terkait etika dan regulasi yang ada, sehingga desain tersebut tidak dapat diterima. Pemilik usaha Taqiya Chips melakukan revisi dengan menambahkan elemen bahan baku utama produk, yaitu kripik singkong, yang lebih relevan dan menggambarkan produk dengan lebih akurat. Desain logo yang telah disetujui ini kemudian menjadi bagian dari label kemasan yang lebih menarik dan informatif.



Gambar 1. Alur Pembuatan Logo Taqiya Chips

Perubahan logo dan desain kemasan ini memiliki dampak yang signifikan terhadap persepsi konsumen. (Prascoyo, 2018) dalam studi mereka menyatakan bahwa "perubahan

logo perusahaan dapat mempengaruhi persepsi target audiens terhadap merek." Pernyataan ini terbukti dari penerimaan yang lebih positif dari konsumen terhadap produk Taqiya Chips setelah perubahan desain dilakukan. Desain baru yang lebih menggambarkan bahan baku produk dan lebih informatif berhasil meningkatkan citra merek di mata konsumen.



Gambar 2. Proses konsultasi logo dengan mitra

Tidak hanya logo yang diperbaiki, label kemasan menjadikan Taqiya Chips tidak hanya sekadar pembungkus, tetapi juga menjadi media informasi yang penting bagi konsumen. Pada label tersebut, tercantum berbagai elemen esensial seperti nama produk yang mencerminkan identitasnya, logo sebagai simbol merek, serta informasi kandungan bahan yang menjelaskan komposisi produk secara rinci. Selain itu, terdapat pula tanggal kedaluwarsa yang memastikan keamanan konsumsi, serta informasi nilai gizi yang membantu konsumen dalam memahami manfaat produk bagi kesehatan. Dengan adanya label ini, konsumen dapat memperoleh informasi yang jelas dan akurat mengenai produk yang mereka beli, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih bijak sebelum mengonsumsinya. Berikut Label kemasan yang telah diperbarui:



Gambar 3. Label Kemasan Taqiya Chips

Label kemasan juga berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif. Desain yang menarik dengan pemilihan warna yang selaras serta elemen visual yang menggambarkan karakteristik produk mampu meningkatkan daya tariknya di rak penjualan (Sofia et al., 2024). Kombinasi antara estetika dan fungsi ini membuat produk lebih mudah dikenali oleh konsumen, sekaligus membedakannya dari produk pesaing. Tampilan kemasan yang lebih profesional juga memberikan kesan kualitas yang lebih baik, sehingga dapat menarik perhatian calon pembeli dan meningkatkan minat mereka untuk mencoba produk ini.

Perbandingan Kemasan Lama dan Kemasan Baru

Hasil dari pengembangan kemasan yang telah diperbarui seperti gambar dibawah ini:



Gambar 2. Kemasan Lama



Gambar 1. Kemasan Baru

Perbandingan antara kemasan lama dan kemasan baru yang dihasilkan dapat dilihat dalam tabel 1. Perbandingan Kemasan:

Tabel 1 Perbandingan Kemasan

Aspek	Kemasan Lama	Kemasan Baru
Bahan Kemasan	Plastik polos biasa yang terlalu panjang	Plastik 0,5 mm yang lebih pas ukurannya dan terbuat dari material yang lebih kuat
Metode Penyegekan	Distaples (menggunakan stapler) yang memungkinkan udara masuk	Dipres menggunakan heat sealer yang lebih aman dan memastikan kemasan kedap udara
Keamanan Produk	Tidak aman, karena udara masih bisa masuk dan bahan yang digunakan (staples) berisiko	Lebih aman, karena kemasan kedap udara dan tidak ada resiko bahaya dari staples
Kualitas Kemasan	Kurang menarik dan tidak ada informasi produk, hanya plastik polos	Lebih menarik dengan desain yang mencantumkan informasi produk serta bahan baku
Ketahanan Produk	Tidak optimal, karena udara dapat masuk dan mempercepat kerusakan produk	Lebih tahan lama, kemasan yang kedap udara akan menjaga kualitas produk lebih lama

Penggunaan plastik dengan ketebalan 0,5 mm yang lebih kuat dan kedap udara memiliki dampak positif terhadap ketahanan produk. (Safirin et al., 2023) dalam penelitiannya menyatakan bahwa "penggunaan teknologi pengemasan yang tepat dapat meningkatkan daya tahan dan kualitas produk pangan lokal." Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa produk Taqiya Chips dapat bertahan lebih lama dan kualitasnya tetap terjaga karena udara tidak dapat masuk ke dalam kemasan. Perubahan dari stapler ke heat sealer yang lebih modern meningkatkan keamanan produk. Metode penyegekan ini tidak hanya mengurangi risiko bahaya fisik dari staples, tetapi juga memastikan kemasan kedap udara, yang mengurangi kemungkinan kontaminasi atau kerusakan produk akibat paparan udara. Kemasan yang lebih menarik dan informatif dapat meningkatkan persepsi kualitas produk. (Riyanto et al., 2023) mengungkapkan bahwa "desain kemasan yang menarik dapat meningkatkan persepsi kualitas produk dan minat beli konsumen." Ini terlihat jelas pada produk Taqiya Chips yang setelah perubahan desain kemasannya

menjadi lebih menarik perhatian konsumen dan mencantumkan informasi produk yang lebih jelas.

Melalui rekomendasi kemasan yang telah diperbarui tim pengabdian menghibahkan alat sealer terhadap mitra yang dapat digunakan dalam produksi kripik di Taqiya Chips.



Gambar 3. Penghibahan alat sealer untuk produksi

Perubahan desain kemasan tidak hanya berdampak pada kualitas produk tetapi juga pada daya saing produk di pasar. (Najib et al., 2022) dalam penelitian mereka menyatakan bahwa "desain kemasan yang efektif berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk di pasar." Desain kemasan yang lebih baik juga berpengaruh pada minat beli konsumen, yang terbukti melalui peningkatan penjualan setelah desain baru diterapkan. (Yeldy Dwi Genadi et al., 2024) dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa "desain kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan brand awareness dan minat beli konsumen." Hasil ini sangat relevan dengan kondisi Taqiya Chips setelah perubahan kemasan yang sesuai dengan standarisasi halal.

Hasil Ketahanan Produk Sebelum dan Sesudah Diperbarui

Selama satu minggu penyimpanan, hasil pengujian ketahanan produk menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kemasan lama dan kemasan baru. Kemasan baru, yang kedap udara, dapat menjaga kesegaran dan kualitas produk lebih lama dibandingkan kemasan lama yang masih memungkinkan udara masuk. Perubahan ini sejalan dengan temuan yang disampaikan oleh (Ropikoh et al., 2024) yang menekankan bahwa "pemilihan jenis kemasan yang tepat dan kontrol lama penyimpanan penting untuk mempertahankan kualitas produk pangan."

Tabel 2 Hasil penelitian terhadap kemasan

Ketahanan Produk	Kemasan Lama (Staples)	Kemasan Baru (Sealer)
1 hari	Renyah	Renyah
2 hari	Renyah	Renyah
3 hari	Renyah	Renyah
4 hari	Sedikit lembab	Renyah
5 hari	Lembab	Renyah
6 hari	Lembab	Renyah
7 hari	Tidak renyah	Renyah

Berdasarkan Tabel 2 Hasil Penelitian terhadap Kemasan, kemasan dengan sealer terbukti lebih efektif dalam menjaga kerenyahan produk dibandingkan kemasan dengan staples. Pada kemasan lama, produk mulai mengalami sedikit kelembaban pada hari ke-4, menjadi lembab pada hari ke-5 dan ke-6, serta tidak lagi renyah pada hari ke-7. Sebaliknya, kemasan baru dengan sealer mampu mempertahankan kerenyahan produk hingga hari ke-7 tanpa mengalami kelembaban. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sealer sebagai metode pengemasan lebih disarankan untuk memperpanjang ketahanan dan menjaga kualitas produk.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perubahan desain kemasan dan metode penyegelan yang lebih aman dan efisien telah memberikan dampak positif terhadap kualitas dan daya saing produk Taqiya Chips. Kemasan yang lebih menarik, aman, dan informatif tidak hanya memperpanjang umur simpan produk, tetapi juga meningkatkan citra merek dan kepercayaan konsumen. Selain itu, pendampingan dalam proses pengurusan legalitas usaha membantu membuka peluang pasar yang lebih luas, memperkuat legitimasi usaha, dan memperbaiki aksesibilitas produk di pasar modern.

Taqiya Chips disarankan untuk memanfaatkan pemasaran digital yang berguna memperluas jangkauan pasar, serta melakukan diversifikasi kemasan dengan menggunakan bahan ramah lingkungan. Peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan pengelolaan bisnis dan pemasaran digital akan membantu usaha ini berkembang lebih pesat. Selain itu, memperluas jaringan distribusi dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi akan membuka lebih banyak peluang pasar dan memperkuat kepercayaan konsumen.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan penuh rasa syukur, kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Bapak H. Mutrajaa, selaku Owner Taqiya Chips, atas dukungan dan inspirasinya yang telah memberikan wawasan serta kesempatan bagi kami dalam menyelesaikan artikel pengabdian ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dan menjadi manfaat bagi masyarakat.

DAFTAR RUJUKAN

- Atha, M. A. (2023). Pengembangan Promosi Brand Lokal Bagi Kontribusi Umkm Kabupaten Labuhanbatu. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan Kreatif*, 8(01), 38–47. <https://doi.org/10.59179/jek.v8i01.56>
- Effendi, N., Dewi, V. I., Erviani, E., Budiono, B., Priyono, A. F., & Sapulette, M. S. (2022). Peningkatan Pemahaman Program Bantuan Dan Insentif Bagi Pelaku Usaha Umkm, Serta Peran Digitalisasi Di Era Pandemi Covid-19 Dan Sesudahnya. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(1), 236. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i1.6291>
- Falah, F., Tiani, R., Marwini, M., Sekar, D. A., Iriani, R. N., & Nada, E. Q. (2024). Pengembangan Umkm Konveksi Alvaro Production Melalui Branding Dan Teknologi Digital Di Desa Rembun Pekalongan. *Harmoni: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(1), 21–28. <https://doi.org/10.14710/hm.8.1.21-28>

- Firdaus, M. I., Azizah, P. N., & Sa'adah, R. (2022). Pentingnya Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Di Era 4.0. *Jurnal Graha Pengabdian*, 4(2), 154. <https://doi.org/10.17977/um078v4i22022p154-162>
- Idah, Y. M., & Pinilih, M. (2020). *Strategi Pengembangan Digitalisasi UMKM*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:229570954>
- Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56–64. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>
- Prascoyo, G. (2018). *Pengaruh Perubahan Logo (Rebranding) Terhadap Citra Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Angkatan 2014)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:149553825>
- Rani, N. P. (2015). *Perlindungan Hukum Terhadap USAha Mikro, Kecil Menengah (UMKM) Di Kota Pekanbaru Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asen (Mea)*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:198655045>
- Riyanto, J., Muchayatin, & Cahya, S. D. (2023). Pengaruh Desain Kemasan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Konsumen Le Minerale di Kota Semarang). *Jurnal Rekognisi Manajemen*, 7(1), 1–11. <http://ejournal.unisnu.ac.id/jrm/>
- Ropikoh, S., Widjayanti, W., Idris, M., Nuh, G. M., & Fanani, M. Z. (2024). Perkembangan Teknologi Pengemasan dan Penyimpanan Produk Pangan. *Jurnal Ilmiah Pangan Halal*, 6(1), 30–38. <https://doi.org/10.30997/jiph.v6i1.12668>
- Safirin, M. T., Samanhudi, D., Aryanny, E., & Pudji W, E. (2023). Pemanfaatan Teknologi Packaging untuk Meningkatkan Kualitas dan Keamanan Produk Pangan Lokal. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 4(1), 31–41. <https://doi.org/10.54783/ap.v4i1.21>
- Sofia, S., Kahinah, D. I., Rahayu, A., Mufti, D., Kiram, I., & Parany, H. D. (2024). PERANCANGAN DESAIN LABEL, KEMASAN & amp; PENETAPAN BAURAN PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN OMSET PELAKU USAHA MIKRO. *EJOIN: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(5), 781–795. <https://doi.org/10.55681/ejoin.v2i5.2777>
- Wang, Y., Fei, M., Luan, H., & Chen, Y. (2024). Temperature Control Algorithm for Packaging Heat Sealer Based on IWOA-PID. *2024 43rd Chinese Control Conference (CCC)*, 2328–2333. <https://doi.org/10.23919/CCC63176.2024.10661401>
- Yeldy Dwi Genadi, Sherwin Ary Busman, & Zefanya Andryan Girsang. (2024). Pelatihan Branding dan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Daya Tarik Produk Keripik Pisang di Desa Mapak Kuranji, Mataram. *Jurnal Abdi Anjani*, 2(2), 180–184. <https://doi.org/10.29303/anjani.v2i2.1450>