Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN) e-ISSN : 2745 4053
Vol. 6 No. 1, 2025 |pp: 819-827 | DOI : http://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.4876

# Ketahanan Ekonomi Nasional Berbasiskan Pengembangan Produk Unggulan Daerah Desa Ngargosari : Pelatihan Desain Kemasan

**[1)]Ari Okta Viyani*, [2)]Inna Zahara, [3)]Putri Pusvitasari**

[1,2,3)]Program Studi Manajemen, Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta, Yogyakarta, Indonesia
Email Corresponding: ariokta902@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL

**Kata Kunci:**
Ketahanan Nasional
Desain Kemasan
Desa Ngargosari
Mie Ketawa
Produk Unggulan

**ABSTRAK**

Ketahanan nasional merupakan sebuah kondisi dinamis suatu bangsa yang berisikan keuletan dan ketangguhan, yang membentuk kekuatan nasional dan mampu menghadapi setiap ancaman maupun gangguan baik dari dalam maupun dari luar negara. Ada berbagai macam aspek yang mendukung ketahanan nasional, salah satunya adalah aspek ekonomi. Desa merupakan salah satu pemegang peranan penting dalam pembangunan dan ketahanan nasional. Desa Ngargosari merupakan desa yang terletak pada Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo. Desa ini memiliki potensi yang besar untuk berkembang, karena desa ini memiliki banyak obyek wisata dan potensi-potensi lainnya. Namun, desa ini masih memiliki permasalahan, khususnya pada produk unggulan desa, yaitu Mie Ketawa. Saat ini produk Mie Ketawa belum mampu dikomersialisasi ke pasar-pasar retail nasional maupun international. Hal ini karena masih belum terstandarisasinya desain kemasan serta beberapa permasalahan lain terkait dengan kemasan dan sumber daya manusia. Oleh karena itu, program pengabdian masyarakat ini berfokus pada pendampingan desain Mie Ketawa berdasarkan dengan jenis bahan yang digunakan; desain visual yang sesuai STP (Segmenting, Targeting, Positioning); desain informasi produk yang memuat detail gizi, point of sales, informasi kadaluwarsa, cara memasak, dan hal-hal yang harus dihindari pada suatu produk. Kemudian, pendampingan yang diberikan juga memperhatikan dampak lingkungan kemasan dan juga faktor ergonominya.

**Keywords:**
National Resilience
Packaging Design
Ngargosari Village
Laughing Noodles
Featured product

**ABSTRACT**

National resilience is a dynamic condition of a nation that contains tenacity and toughness, which forms national strength and allows it to face any threats or disturbances both from within and outside the country. There are various aspects that support national resilience, one of which is the economic aspect. The village is one of the important players in national development and resilience. Ngargosari Village is a village located in Samigaluh District, Kulon Progo Regency. This village has great potential for development because it has many tourist attractions and other potentials. However, this village still has problems, especially with the village's superior product, namely Mie Ketawa. Currently, Mie Ketawa products have not been able to be commercialized to national and international retail markets. This is because the packaging design has not been standardized, and several other problems related to packaging and human resources. Therefore, this community service program focuses on assisting in the design of Mie Ketawa based on the type of material used; visual design that is in accordance with STP (Segmenting, Targeting, Positioning); product information design that includes nutritional details, point of sales, expiration information, cooking methods, and things to avoid in a product. Then, the assistance provided also considers the environmental impact of packaging and its ergonomic factors.

This is an open access article under the CC–BY-SA license.

## I. PENDAHULUAN

Ketahanan nasional merupakan sebuah kondisi dinamis suatu bangsa, berisikan keuletan dan ketangguhan, yang membentuk kekuatan nasional yang mampu menghadapi dan mengatasi setiap macam ancaman, tantangan, hambatan dan gangguan, baik yang datang dari luar maupun dari dalam negeri, secara

langsung atau tidak langsung yang membahayakan kelangsungan hidup bangsa serta pencapaian tujuan nasonal (Suryohadiprojo, 1997). Salah satu aspek yang mendukung ketahanan nasional adalah aspek ekonomi.

Ketahanan Nasional dalam bidang Ekonomi dapat terlihat dalam berbagai kondisi kehidupan pereknomian bangsa yang dapat memelihara kemandirian Ekonominya (Marlinah, 2017). Pada ketahanan Ekonomi, aspek ekonomi sangat berkaitan erat dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi yang meliputi produksi, distribusi serta konsumsi barang dan jasa sehingga tercapai upaya dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat secara individu maupun kelompok.

Pembangunan ekonomi difokuskan pada mantapnya ketahanan ekonomi melalui terciptanya iklim usaha yang kondusif dan dinamis serta pemanfaatan ilmu pengetahuan dan teknologi, barang dan jasa yang tersedia dan meningkatkan daya saing dalam lingkup persaingan ekonomi global. Aspek dalam kehidupan Nasional yang berintegrasi, berisi keuletan dan ketangguhan, yang banyak mengandung kemampuan dalam mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi dan mengatasi segala ancaman-ancaman baik yang datang dari dalam maupun dari luar, secara langsung maupun tidak langsung.

Kemandirian ekonomi juga memiliki arti yang baik dimana setiap manusia bisa menciptakan kreativitas kerja yang produktif karena pembangunan ekonomi memotivasi serta mendorong peran serta masyarakat secara aktif untuk bekerja. Pemerataan pembangunan dan pemanfaataan hasil-hasilnya senantiasa memperhatikan keseimbangan antar di wilayah nusantara sebagaimana kita ketahui bahwa ekonomi adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan upaya manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya (Marlinah, 2017).

Perekonomian merupakan salah satu aspek kehidupan nasional yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan bagi masyarakat, meliputi produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa. Usaha-usaha untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat secara individu maupun kelompok serta cara-cara yang dilakukan dalam kehidupan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan. Oleh karena itulah aspek ekonomi sangat berpengaruh karena terlibat langsung dengan masyarakat. Sebagai contoh adalah ketahanan nasional dalam bidang pangan. Dengan ekonomi yang baik tentu saja suatu Negara tidak akan kesulitan dalam memenuhi kebutuhan pangan warga negaranya. Kelaparan tidak akan terjadi dan kemiskinan perlahan dapat berkurang. Selain itu suatu Negara akan sangat mudah menerapkan suatu teknologi baru terhadap sistem pertanian mereka jika Negara tersebut sehat perekonomiannya (Marlinah, 2017).

Perwujudan ketahanan ekonomi nasional dapat dilakukan melalui beberapa sektor seperti sektor minyak dan gas, pertanian, industri, kelautan, pariwisata, ekonomi kreatif dan sektor-sektor lainnya. Salah satu sektor yang mendukung ketahanan ekonomi adalah dari segi ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif telah berhasil menaikan ketahanan ekonomi nasional, karena telah membantu menciptakan lapangan pekerjaan sehingga dapat menyerap tenaga kerja dengan menghasilkan produk-produk yang kreatif. Pemerintah Indonesia sejak tahun 2009 telah menetapkan tahun 2009 sebagai Tahun Ekonomi Kreatif. Terbitnya instruksi Presiden Nomer 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif menjadi wadah bagi pelaku usaha ekonomi kreatif dalam mengembangkan ekonomi kreatif tersebut. Dan selanjutnya dengan diubahnya kementerian Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berada di bawah Kementerian Perdagangan, sehingga Kementrian Perdagangan menindaklanjuti Inpres Nomer 6 Tahun 2009 tersebut dengan Rencana Pembangunan Ekonomi Kreatif Tahun 2009- 2025 (Marlinah, 2017).

Desa memegang peranan penting dalam pembangunan dan ketahanan nasional. Hal ini karena sebagian besar masyarakat Indonesia bertempat tinggal di desa. Selain itu desa juga mampu memberikan sumbangan besar dalam penciptaan stabilitas nasional dalam hal sumber daya alam yang dihasilkan. Namun sayangnya, kemiskinan di Indonesia masih dominan berada di masyarakat pedesaan (Jauhariah & Syamsudin, 2023). Hal ini disebabkan karena masih rendahnya sumber daya manusia, keterbatasan infrastruktur, teknologi, dan keuangan. Dengan demikian, dibutuhkan perhatian serius bagaimana meningkatkan taraf hidup mereka melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat sesuai karakteristik, kondisi dan kemampuan desa, sehingga peran perguruan tinggi sangat dibutuhkan demi tercapainya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan peningkatan ekonomi masyarakat pedesaan.

Desa Ngargosari merupakan desa yang terletak pada Kecamatan Samigaluh, Kabupaten Kulon Progo. Desa ini memiliki luas 724,39 atau 10,45% dari total luas kecamatan samigaluh (1). Desa Ngargosari secara geografis terletak pada koordinat 7º38’42” - 7º59’3” Lintang Selatan dan 110 º1’37” - 110 º16’26” Bujur Timur. Apabila dilihat dari topografinya, ketinggian wilayah Desa Ngargosari berada pada ketinggian ± 600

– 900 meter dari permukaan air laut dengan suhu rata-rata antara 21-39 celcius. Jenis tanah merupakan latosol cokelat dan latosol cokelat kemerahan. Secara hidrologi curah hujan rata-rata per tahun di Desa Ngargosari tinggi, yaitu antara 2.000-2.500 mm/tahun.

Topografi wilayah Desa Ngargosari berupa dataran tinggi, pegunungan, dan perbukitan dengan tingkat kelerengan antara 8-60%. Perbukitan mendominasi bentang alam di Desa Ngargosari dengan beberapa puncak seperti Puncak Widosari, Puncak Watu Amben, dan Puncak Proman. Desa ini terdiri dari 11 Pedukuhan yaitu, Pedukuhan Ngaliyan, Pucung, Petet, Tegalsari, Tritis, Trayu, Tulangan, Ngaliyan Gn A, Ngaliyan Gn B, Carden, dan Nguntuk-untuk.

Desa Ngargosari telah memiliki beberapa objek wisata yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung, salah satunya Desa Wisata Widosari, Kedai TELO, Puncak Widosari, dll. Adanya desa wisata menjadi potensi yang sangat besar untuk dimanfaatkan, namun sayangnya, sumber daya masyarakat desa masih belum secara maksimal memanfaatkan potensi ini. Mayoritas penduduk desa Ngargosari adalah petani teh, cengkeh, kakao, kopi, kelor, temulawak, dan empon-empon. Desa ini memiliki hasil alam yang sangat melimpah pada temulawak dan kelor.

Desa Ngargosari memanfaatkan hasil temulawak dan daun kelor dalam bentuk mie yang bernama Mie Ketawa. Mie ketawa terbuat dari tepung temulawak dan kelor. Namun, produk ini belum dapat dioptimalkan sebagai produk unggulan desa. Hal ini karena keterbatasan keterampilan dan pengetahuan masyarakat desa. Oleh karena itu, program ini bertujuan untuk memberikan pendampingan untuk masyarakat Desa Ngargosari supaya mampu mengoptimalkan produk unggulan desa tersebut. Hal ini sejalan dengan RPJMD/ RPJM pemerintah desa untuk melakukan peningkatan pada taraf ekonomi masyarakat, pemberdayaan UKMK, peningkatan pendapatan kelompok perempuan, serta berkembangnya Produk Unggulan Desa. Fokus pengabdian ini adalah berkaitan dengan pendampingan pembuatan kemasan Mie Ketawa yang terstandar nasional dan mampu menciptakan *branding* produk unggulan yang inovatif, menarik, dan mampu menghasilkan *point of sales*

## II. MASALAH

**Permasalahan prioritas** yang akan diangkat dalam pengabdian ini berkaitan dengan permasalahan produk unggulan Desa Ngargosari, yaitu Mie Ketawa. Saat ini produk Mie Ketawa belum mampu dikomersialisasi ke pasar-pasar retail nasional maupun international. Hal ini karena masih belum terstandarisasinya desain kemasan serta beberapa permasalahan lain terkait dengan kemasan. Adapun hal tersebut adalah sebagai berikut :

**a. Perlindungan Produk**

Desain kemasan belum mampu melindungi produk Mie Ketawa baik selama transportasi, penyimpanan, dan penanganan oleh konsumen. Kemasan belum secara detail di desain untuk siap didistribusikan di luar kota dan memiliki batas kadaluwarsa produk.

**b. Daya Tarik Visual**

Desain kemasan belum mampu memberikan positioning produk Mie Ketawa. Desain kemasan belum mampu memberikan daya tarik dan elemen yang berbeda yang memberikan diferensiasi produk Mie Ketawa dibandingkan dengan produk Mie lainnya. Desain kemasan juga belum di teliti secara lebih detail untuk mampu menciptakan *point of sales* dan keputusan pembelian.

**c. Informasi Produk**

Desain kemasan belum secara detail memberikan informasi yang lengkap terkait dengan kandungan gizi, cara memasak, dan hal-hal yang harus dihindari.

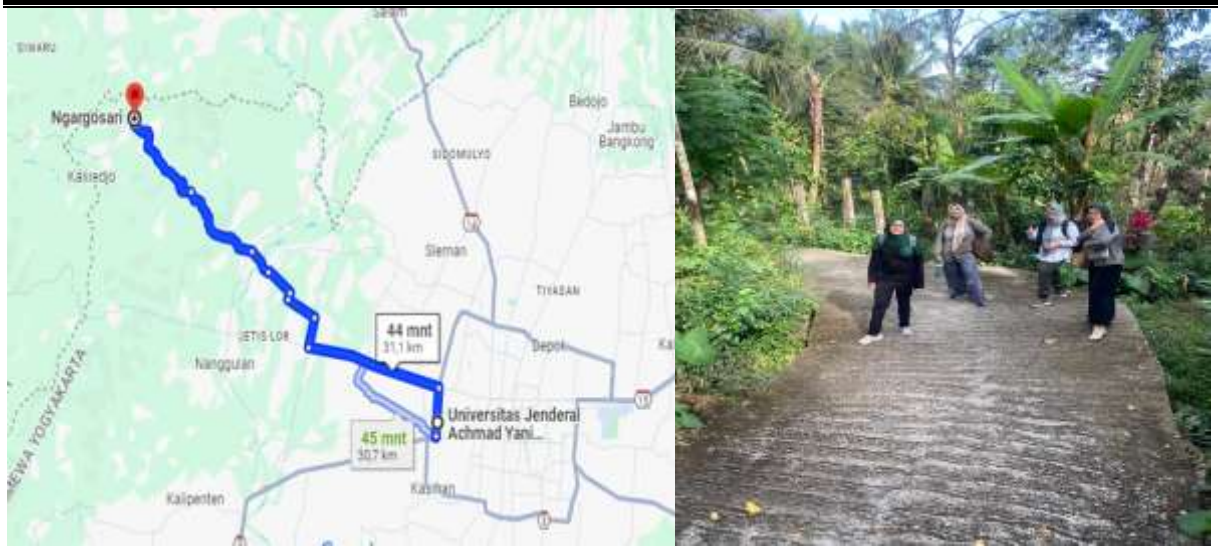
**d. Kesesuaian Lingkungan**

Pemilihan kemasan juga belum mempertimbangkan dampak lingkungan yang dihasilkan.

**e. Faktor Ergonomi**

Desain kemasan belum memperhatikan kemudahan penggunaan dan efektifitas pemakaian produk. Desain kemasan Mie Ketawa saat ini hanya berbentuk kotak seperti mie-mie pada umumnya.

Adapun lokasi PKM adalah sebagai berikut.




Gambar 1. Lokasi Pengabdian

## III. METODE

Metode yang akan pada program pendampingan masyarakat ini untuk mampu memecahkan solusi dari permasalahan yang dihadapi Desa Ngargosari Samigaluh adalah sebagai berikut :

1. Pendampingan jenis-jenis bahan untuk kemasan, tata cara pengemasan, dan variasi bentuk kemasan. Proses ini akan mengenalkan berbagai macam jenis bahan-bahan kemasan untuk makanan, teknik pengemasan yang awet dan mampu bertahan lama apabila didistribusikan ke luar kota. Selain hal itu, pendampingan ini juga akan mengenalkan berbagai macam bentuk kemasan yang mampu memberikan efektifitas pada konsumen.
2. Pendampingan Desain Visual dan STP *(Segmenting, Tergeting, dan Positioning)*. Pendampingan desain visual akan dilakukan dengan menggunakan Canva. Pendampingan desain visual akan dilakukan oleh ketua pengabdi dan anggota pengabdi 2. Hal ini sesuai dengan bidang fokus pengabdi, yaitu manajemen dan psikologi. Hal ini diharapkan mampu menghasilkan desain kemasan yang unik, mampu menangkap target pasar, serta menciptakan keputusan pembelian. Ketua pengabdi dari manajemen akan memetakan berkaitan dengan STP Mie Ketawa, kemudian anggota pengabdi 2 dari psikologi akan mengarahkan desain kemasan yang mampu menciptakan keputusan pembelian.
3. Pendampingan pembuatan barcode produk Mie Ketawa. Pendampingan ini akan dilakukan oleh anggota pengabdi 1, yaitu dari bidang akuntansi. Pendampingan mengenai barcode ini diharapkan mampu mendukung produk mie ketawa untuk masuk ke dalam retailer nasional.
4. Uji kandungan gizi, standarisasi cara memasak, dan hal-hal yang perlu dihindari. Uji kandungan gizi ini akan dilakukan bersama mitra dari UGM yang berlatar belakang teknologi pangan.
5. Pendesainan kemasan yang awet, ramah lingkungan, dan *eyecacthing*. Tahapan ini merupakan tahapan finalisasi kemasan yang awet, ramah lingkungan, *eyecacthing*, memudahkan konsumen, dan mampu mencapai pasar sasaran.

Adapun pendampingan ini diberikan kepada ibu-ibu PKK Desa Ngargosari dan juga ibu-ibu Kelompok Wanita Tani Desa Ngargosari. Penugasan tim sesuai dengan jenis pendampingan dan bidang ilmu pengabdi. Adapun rangkumannya adalah sebagai berikut : (1) ketua pengabdi dari bidang manajemen akan mendampingi hampir keseluruhan pendampingan desain kemasan,baik jenis bahan kemasan, tipe kemasan, desain, dan STP produk Mie Ketawa. Selanjutnya, (2) anggota pengabdi 1 yang berasal dari bidang fokus akuntansi akan mendampingi pada bidang *point of sales* dan *barcode* produk supaya produk tersebut bisa masuk ke dalam retailer besar. Kemudian, (3) anggota pengabdi 2 yang berasal dari psikologi akan mendampingi dari segi desain produk yang *eyecatching* dan mampu menciptakan keputusan pembelian.

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pendampingan masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk Mie Ketawa dengan fokus pada pengemasan yang efektif, desain visual yang menarik, standarisasi produk, serta implementasi inovasi seperti penggunaan barcode dan kemasan ramah lingkungan. Pendampingan ini meliputi lima aspek utama, yaitu 1) pemilihan bahan kemasan yang tepat, 2) desain visual dan strategi pemasaran melalui STP (Segmenting, Targeting, Positioning), 3) pembuatan barcode, (4) uji kandungan gizi serta standarisasi cara memasak, dan (5) desain kemasan yang awet dan ramah lingkungan. Hasil dari program ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pengemasan dan strategi pemasaran dapat meningkatkan daya saing produk, memperkenalkan inovasi, serta menciptakan produk yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar dan berkelanjutan.



Gambar 2. Proses Pendampingan

1. Pendampingan Jenis-Jenis Bahan untuk Kemasan, Tata Cara Pengemasan, dan Variasi Bentuk Kemasan

Pendampingan pada tahap pengemasan ini difokuskan pada pemilihan jenis bahan kemasan yang aman dan efektif dalam menjaga kualitas produk Mie Ketawa. Beberapa jenis bahan yang disarankan antara lain plastik food grade, kertas kraft, dan bahan kemasan berbasis biodegradable atau ramah lingkungan. Tata cara pengemasan juga diajarkan agar produk terjaga kebersihannya selama proses pengemasan dan distribusi. Variasi bentuk kemasan seperti pouch dengan segel zip atau box packaging dipilih untuk memberikan kemudahan penggunaan dan daya tarik visual.

Pengemasan memainkan peran krusial dalam melindungi produk dan menarik perhatian konsumen. Pemilihan bahan yang sesuai dengan karakteristik produk menjadi prioritas, seperti kemasan plastik untuk menjaga kelembaban atau kemasan berbahan kertas kraft untuk memberikan kesan alami dan ramah lingkungan. Kemasan kertas kraft semakin dikenal karena atributnya yang alami dan ramah lingkungan, menjadikannya alternatif yang layak untuk bahan plastik konvensional. Studi terbaru menyoroti pengembangan kertas kraft bioaktif yang menggabungkan minyak alami, seperti minyak cengkeh dan biji anggur, yang meningkatkan sifat antioksidan dan antibakterinya, sehingga memperpanjang umur simpan dan keamanan makanan (Irimia & Popescu, 2023; Irimia et al., 2021). Selain itu, pendekatan inovatif telah mengarah pada pembuatan kertas kraft yang dapat terurai secara hayati dari bahan daur ulang seperti debu penggosok dan serat goni, yang menunjukkan peningkatan sifat mekanik dan biodegradabilitas, mengatasi masalah pengelolaan limbah (Noyon et al., 2023). Selain itu, kemajuan dalam kemasan kertas kraft berperekat menghilangkan kebutuhan akan perekat berbahaya, memanfaatkan komposisi ramah lingkungan yang meningkatkan kegunaan sambil mempertahankan integritas lingkungan (Yunchanhg, 2020). Terakhir, penerapan pelapis berbasis bio pada kertas kraft secara signifikan meningkatkan ketahanan kedap air dan mekaniknya, sehingga cocok untuk berbagai aplikasi pengemasan, terutama di industri makanan (Chen et al., 2024). Secara kolektif, perkembangan ini menggarisbawahi potensi kertas kraft sebagai solusi pengemasan berkelanjutan.

Variasi bentuk kemasan juga harus disesuaikan dengan kebutuhan pasar, yang mengutamakan kemudahan penyimpanan, penggunaan, dan daya tarik visual. Proses pengemasan yang dilakukan dengan tepat akan memastikan bahwa produk tetap terjaga kualitasnya hingga sampai ke konsumen.

2. Pendampingan Desain Visual dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning)

Pendampingan di bidang desain visual bertujuan untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya fungsional tetapi juga menarik secara visual. Desain visual yang disarankan mengutamakan penggunaan warna-warna cerah yang menggugah selera, gambar yang jelas menggambarkan produk, serta tipografi yang mudah dibaca. Selain itu, pendampingan ini juga memperkenalkan konsep STP (Segmenting, Targeting, Positioning) dalam menentukan audiens yang tepat dan cara memposisikan produk Mie Ketawa di pasar.

Desain visual memiliki peran penting dalam menciptakan identitas produk yang mudah dikenali oleh konsumen. Warna-warna cerah dan gambar yang menarik akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan rasa produk. Warna-warna cerah dan gambar yang menarik secara signifikan mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas dan rasa produk. Penelitian menunjukkan bahwa desain kemasan, terutama warna, memainkan peran penting dalam membentuk sikap konsumen terhadap produk makanan, mempengaruhi penilaian kesehatan dan niat pembelian mereka (Yadav, 2024). Misalnya, warna tertentu dapat membangkitkan harapan tentang rasa; kemasan kuning dan merah sering dikaitkan dengan rasa manis, sedangkan biru dikaitkan dengan rasa asin (Wang & Chang, 2022). Selain itu, elemen visual seperti logo dan grafis meningkatkan preferensi merek dan kualitas yang dirasakan, terutama di pasar kompetitif seperti makanan cepat saji (Shahwar et al., 2024). Dampak psikologis dari pengemasan sangat mendalam, dengan penelitian menunjukkan bahwa 72% konsumen percaya desain kemasan sangat penting dalam keputusan pembelian mereka (Ivanov, M., & Filipskyi, 2023). Secara keseluruhan, penggunaan warna dan citra yang efektif dalam kemasan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membenarkan harga produk, yang pada akhirnya mempengaruhi perilaku pembelian (Gurdian Curran, 2022).

Selanjutnya, konsep STP yang diberikan juga membantu dalam menentukan segmentasi pasar berdasarkan demografi dan perilaku konsumen, serta menentukan target pasar yang paling potensial. Positioning yang jelas, seperti menonjolkan cita rasa khas atau kualitas bahan, dapat membedakan Mie Ketawa dari produk pesaing dan memperkuat daya tariknya di pasar yang lebih luas.

3. Pendampingan Pembuatan Barcode Produk Mie Ketawa

Pendampingan dalam pembuatan barcode dilakukan dengan memberikan pemahaman tentang pentingnya barcode sebagai alat identifikasi produk yang efisien. Penggunaan barcode mempermudah pengelolaan inventaris, transaksi penjualan, serta memastikan keaslian produk. Proses pembuatan barcode mencakup registrasi produk melalui sistem standar yang diakui, seperti GS1.

Barcode menjadi elemen penting dalam distribusi dan penjualan produk. Pemasangan barcode yang tepat mempermudah pelacakan produk dan meminimalisir kesalahan dalam proses transaksi. Implementasi barcode yang sesuai standar juga meningkatkan profesionalisme dan kredibilitas produk di pasar. Dengan adanya barcode, konsumen dapat dengan mudah mengakses informasi produk dan menjamin produk yang dibeli adalah produk asli.

4. Uji Kandungan Gizi, Standarisasi Cara Memasak, dan Hal-Hal yang Perlu Dihindari

Pendampingan dalam uji kandungan gizi bertujuan untuk memastikan bahwa produk Mie Ketawa memenuhi standar kesehatan yang berlaku. Selain itu, standarisasi cara memasak diajarkan agar konsumen mendapatkan rasa dan kualitas yang konsisten. Program ini juga menekankan pentingnya menghindari penggunaan bahan yang berbahaya bagi kesehatan, seperti pengawet berbahaya atau pewarna sintetis.

Uji kandungan gizi pada Mie Ketawa memberikan jaminan kepada konsumen bahwa produk ini aman dan bergizi. Standarisasi cara memasak penting untuk memastikan rasa dan tekstur yang konsisten di setiap sajian, serta memberikan instruksi yang jelas agar produk disiapkan dengan cara yang benar. Standarisasi metode memasak sangat penting untuk mencapai rasa dan tekstur yang konsisten dalam praktik kuliner. Penerapan sistem memasak standar, seperti yang dirancang untuk makanan Tiongkok, memanfaatkan teknologi untuk memastikan keseragaman dalam persiapan dengan mengontrol variabel seperti suhu, rasio bahan, dan waktu memasak (Zhang, 2011). Sistem ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mengurangi kompleksitas, memungkinkan hasil yang dapat diprediksi dalam rasa dan kualitas (Jun, 2018). Selain itu, resep standar berfungsi sebagai alat penting dalam operasi layanan makanan, memberikan instruksi terperinci yang memfasilitasi pengendalian inventaris dan pelatihan karyawan, yang pada akhirnya mengarah pada kepuasan konsumen yang lebih tinggi dan mengurangi risiko penyakit bawaan makanan. Dengan mengikuti proses standar, dapur dapat secara konsisten memberikan hidangan berkualitas tinggi, sehingga memperkuat pentingnya standardisasi dalam praktik kuliner. Terakhir, penting juga untuk menghindari penggunaan bahan-bahan yang dapat membahayakan kesehatan, seperti bahan pengawet yang

tidak sesuai standar atau pewarna makanan yang berisiko.

5. Desain Kemasan yang Awet, Ramah Lingkungan, dan Eye-Catching

Pendampingan dalam hal desain kemasan yang awet dan ramah lingkungan bertujuan untuk menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan. Bahan kemasan yang digunakan harus mampu melindungi produk dari kerusakan dan menjaga kesegaran. Selain itu, desain kemasan yang eye-catching sangat penting untuk menarik perhatian konsumen di rak toko, dengan memperhatikan elemen estetika yang menggugah minat dan sesuai dengan identitas produk.

Desain kemasan yang eyecatching perlu memperhatikan penggunaan elemen visual yang strategis yang menarik perhatian konsumen dan memengaruhi keputusan pembelian. Faktor-faktor kunci termasuk warna, bentuk, grafik, dan estetika keseluruhan, yang secara kolektif menciptakan daya tarik visual yang menarik (Shen, 2014). Penelitian menunjukkan bahwa elemen desain yang lebih besar dan warna-warna cerah secara signifikan meningkatkan perhatian visual, dengan grafik sering menahan pandangan pemirsa lebih lama daripada teks (So et al., 2009; L. Zhang et al., 2023). Selain itu, integrasi tekstur dan bentuk unik, seperti bentuk bulat, semakin memikat konsumen, sebagaimana dibuktikan oleh studi pelacakan mata yang mengukur durasi penjelajahan dan fiksasi(L. Zhang et al., 2023). Kemasan yang efektif tidak hanya mengkomunikasikan identitas merek tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran persuasif, memenuhi tuntutan teknis dan kreatif dalam komunikasi visual (Erlyana, 2020).

Kemasan yang awet dan ramah lingkungan tidak hanya menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, tetapi juga menciptakan nilai tambah bagi konsumen yang semakin peduli dengan isu-isu lingkungan. Pilihan bahan kemasan yang bisa didaur ulang atau terbuat dari bahan biodegradable sangat relevan dengan tren pasar yang mengutamakan keberlanjutan. Desain yang menarik dan sesuai dengan selera pasar juga dapat memperkuat citra produk, menjadikannya lebih kompetitif di pasar yang semakin kompetitif.

Adapun rekapitulasi data yang dikumpulkan atas proses pelatihan dan pendampingan yang telah dilakukan adalah sebagai berikut.

Tabel 1. Rangkuman data Pretest dan Postest

| No | Keterangan | Skor Jawaban Rata-Rata Pretest | Skor Jawaban Rata-Rata Pretest |
|---|---|---|---|
| 1. | Pertanyaan mengenai jenis-jenis bahan untuk kemasan, tata cara pengemasan, dan variasi bentuk kemasan produk mie | 2,4 | 4,6 |
| 2. | Pertanyaan mengenai desain visual dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) produk mie | 2 | 4,7 |
| 3. | Pertanyaan mengenai pembuatan barcode produk mie | 2,2 | 4,7 |
| 4. | Pertanyaan mengenai uji kandungan gizi, standarisasi cara memasak, dan hal-hal yang perlu dihindari pada produk mie | 1,8 | 4,3 |
| 5. | Pertanyaan mengenai desain kemasan yang awet, ramah lingkungan, dan eye-catching | 2,3 | 4,8 |

Keterangan :`1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju

Berdasarkan data pretest dan posttest yang dikumpulkan dari ibu-ibu PKK Desa Ngargosari, maka dapat disimpulkan bahwa proses pelatihan dan pendampingan yang dilakukan memiliki dampak yang signifikan

mengenai kefahaman ibu-ibu PKK Desa Ngargosari mengenai kemasan yang baik dan menjual untuk produk unggulan daerah Mie Ketawa.

## V. KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah disajikan pada pembahasan, dapat disimpulkan bahwa, program pelatihan dan pendampingan masyarakat yang dilakukan memberikan dampak signifikan terhadap pemahaman masyarakat mengenai pemilihan dan pembuatan kemasan yang baik pada produk Mie Ketawa. Pelatihan dan pendampingan ini berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai jenis-jenis bahan untuk kemasan, tata cara pengemasan, dan variasi bentuk kemasan produk mie yang tepat; desain visual dan STP (Segmenting, Targeting, Positioning) produk mie yang sesuai; pemahaman bagaimana pembuatan barcode produk mie ketawa; uji kandungan gizi, standarisasi cara memasak, dan hal-hal yang perlu dihindari pada produk mie; serta desain kemasan yang awet, ramah lingkungan, dan *eye-catching*. Bahan kemasan yang disarankan, seperti plastik food grade, kertas kraft, dan plastik biodegradable, memberikan perlindungan yang maksimal terhadap produk dan lingkungan. Selain itu, masyarakat juga diajarkan tentang tata cara pengemasan yang benar, termasuk menjaga kebersihan dan keseragaman dalam pengemasan untuk memastikan produk tetap berkualitas dan aman. Variasi bentuk kemasan yang menarik, seperti pouch dengan segel zip dan stand-up pouch, dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar, serta memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi konsumen.

Program ini juga memberikan pendampingan dalam hal desain visual produk dan penerapan konsep STP (Segmenting, Targeting, and Positioning). Masyarakat diajarkan untuk memahami segmentasi pasar, memilih target pasar yang tepat, dan menentukan posisi produk yang sesuai agar lebih kompetitif di pasar. Desain visual yang menarik, dipadukan dengan strategi STP yang tepat, dapat meningkatkan visibilitas produk Mie Ketawa, menarik perhatian konsumen, dan mengarah pada penjualan yang lebih tinggi.

Dalam rangka meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan konsumen, program ini juga mengajarkan pembuatan barcode produk Mie Ketawa. Barcode ini tidak hanya mempermudah proses distribusi dan pengelolaan stok, tetapi juga memberikan kesan bahwa produk tersebut sudah memenuhi standar industri dan siap bersaing di pasar. Hal ini juga menjadi langkah penting dalam digitalisasi usaha kecil agar lebih efisien dan modern.

Pendampingan ini juga mencakup uji kandungan gizi pada produk Mie Ketawa untuk memastikan bahwa produk tersebut aman dan sehat untuk dikonsumsi. Selain itu, standarisasi cara memasak juga diperkenalkan untuk memastikan konsistensi rasa dan kualitas produk. Program ini juga menekankan pentingnya menghindari bahan-bahan berbahaya atau proses memasak yang dapat merusak kualitas gizi dan rasa produk, sehingga menjaga standar keamanan pangan yang tinggi.

Sebagai tindak lanjut dari program pengabdian ini, disarankan agar masyarakat terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas produk serta kemasan Mie Ketawa sesuai dengan perkembangan pasar dan permintaan konsumen. Selain itu, pelatihan lebih lanjut mengenai teknologi pengemasan dan pemasaran digital dapat membantu memperluas pasar dan meningkatkan daya saing produk.

Secara keseluruhan, program pengabdian masyarakat ini berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kualitas produk Mie Ketawa, meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya pengemasan yang efektif dan desain yang menarik, serta memperkuat daya saing produk di pasar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Program pengabdian masyarakat ini di support oleh Hibah Internal Pengabdian Masyarakat Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta. Kami mengucapkan terima kasih kepada Universitas Jenderal Achmad Yani Yogyakarta dan juga masyarakat kelurahan Desa Ngargosari, Samigaluh, Kulon Progo yang bersedia menerima program pendampingan dari kami. Semoga pelatihan yang diberikan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dan kemajuan desa di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

Chen, X., Feng, J., Han, S., Bai, Y., Wang, P., Liu, H., Zhang, P., & Luo, X. (2024). Cellulose nanocrystal-modified bio-based aqueous polyurethane coating agent for kraft paper packaging. *J. Appl. Polym. Sci.*, *141*(32).

Erlyana, Y. (2020). Semiotic analysis of packaging designs in promina puffs weaning food. *Proceedings of the 1st International Conference on Folklore, Language, Education and Exhibition ({ICOFLEX} 2019)*.

Gurdian Curran, C. (2022). *Effects of sensory cues on product acceptability and consumer perceptions, emotions, and*

*behavior*. Louisiana State University Libraries.

Irimia, A., & Popescu, C.-M. (2023). Bioactive paper packaging for extended food shelf life. *Coatings*, *13*(9), 1658.

Ivanov, M., & Filipskyi, R. (2023). Psychology of perception of packaging by consumers. *Actual Problems of Economics*. https://doi.org/10.32752/1993-6788-2023-1-267-57-65

Jauhariah, J., & Syamsudin, M. (2023). Perencanaan Pembangunan. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, *21*(1), 135–147. https://doi.org/10.51826/fokus.v21i1.737

Jun, H. (2018). *Standard cooking kitchen system and rapid and efficient food cooking method thereof*.

Marlinah, L. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Cakrawala: Ejournal.Bsi.Ac.Id*, *17*(2), 258–265. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala/article/view/2488

Noyon, A. R., Karim, S., Rouf, A., Jamal, M., Layek, R. K., Sivanantham, G., & Uddin, E. (2023). Fabrication of biodegradable kraft paper from buffing dust and jute fiber: Green solutions for packaging. *Polym. Eng. Sci.*, *63*(12), 4032–4042.

Shahwar, D. e, Ashfaq, F., & Khan, M. (2024). The impact of visual packaging design on perceived food product quality and brand preference with moderating effect of gender. *Bulletin of Business and Economics (BBE)*, *13*(1).

Shen, C. C. (2014). A study on introduced visual design elements applied to the product packaging design. *Appl. Mech. Mater.*, *496–500*, 2630–2633.

So, M., Choi, J., Koyama, S., & Hibino, H. (2009). The effects of the package design elements on the visual attention consumers'. *Trans. Jpn. Soc. Kansei Eng.*, *8*(2), 407–417.

Suryohadiprojo, S. (1997). Ketahanan Nasional Indonesia. In *Jurnal Ketahanan Nasional: Vol. II* (Issue 1, pp. 13–31).

Wang, C.-Y., & Chang, F.-Y. (2022). The influence of packaging color on taste expectations and perceptions. *Color Res. Appl.*, *47*(6), 1426–1441.

Yadav, S. K. (2024). The influence of packaging on consumer perception. *Indian Scientific Journal Of Research In Engineering And Management*. https://doi.org/10.55041/ijsrem32315

Yunchanhg. (2020). *Self-adhesive and sealed eco-friendly paper packaging materials.*

Zhang, H. (2011). *Standardized cooking system for Chinese food*.

Zhang, L., Chen, X., Wang, Y., Zhang, Z., Zhu, J., & Dong, X. (2023). Assessment of wine bottle packaging based on design aesthetics: An eye-tracking experiment. *{AHFE} International*.