

PENGEMBANGAN KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN TAMPILAN DAN DAYA TARIK KUE BASAH

Eko Yuliastuti Endah Sulistyawati¹, Rina Rismaya², Putri Johar Ayu³

Universitas Terbuka

[eko@ecampus.ut.ac.id¹](mailto:eko@ecampus.ut.ac.id)

Abstrak

Kata Kunci:
daya tarik, kue basah, kemasan, tampilan.

Industri makanan adalah bidang usaha yang memiliki peluang usaha luas, karena usaha ini didirikan untuk memenuhi kebutuhan pangan masyarakat. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Toko Roti Tikita/ Enake Cake yang dimiliki oleh Putri Johar Ayu (salah satu pemilik) mahasiswa Program Studi Teknologi Pangan Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Terbuka telah dibuka sejak 2010 di Ciherang, Dramaga, Bogor dengan memproduksi sebanyak 51 jenis kue basah. Selama ini produksi kue basah berjalan dengan baik tetapi dengan bertambahnya jumlah produsen kue, maka perlu dilakukan peningkatan tampilan produk agar memiliki daya tarik tersendiri untuk para konsumennya. Berdasarkan obeservasi tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) terhadap produk kue basah yang dihasilkan diketahui bahwa untuk rasa, warna, tampilan, tekstur, aroma, dan regulasi halal pada kue basah sudah memenuhi ketentuan yang berlaku. Kekurangan yang ditemukan adalah kemasan kue basah yang belum menarik karena menggunakan plastik biasa atau mika tanpa label kemasan. Berdasarkan temuan ini maka tim PkM melakukan pengembangan kemasan meningkatkan tampilan dan daya tarik kue basah. Metode pengembangan kemasan yang dilakukan adalah dengan langkah-langkah observasi produk dan target pasar, pelatihan untuk menentukan informasi yang wajib terdapat pada kemasan, manfaat kemasan, dan desain kemasan. Hasil pada kegiatan PKM adalah berupa kemasan aneka kue basah yang memiliki keamanan pangan lebih terjamin, informasi tentang produk yang lebih lengkap untuk konsumen, dan desain kemasan yang lebih menarik tampilannya. Manfaat dalam pengembangan kemasan untuk kue basah produk UMKM Toko Roti Tikita/ Enake Cake adalah peningkatan penjualan.

Abstract

Kata Kunci:
attractiveness, wet cakes, packaging, appearance.

The food industry is a business sector that has broad business opportunities, because this business was established to meet the food needs of the community. Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) Tikita Bakery/Enake Cake owned by Putri Johar Ayu (one of the owners) a student of the Food Technology Study Program, Faculty of Science and Technology, Universitas Terbuka has been open since 2010 in Ciherang, Dramaga, Bogor by producing 51 types of wet cakes. So far, wet cake production has been running well, but with the increasing number of cake producers, it is necessary to improve the appearance of the product to have its own appeal to consumers. Based on the Community Service team's observations of the wet cake products produced, it is known that the taste, color, appearance, texture, aroma, and halal regulations on wet cakes have met the applicable provisions. The deficiency found is the wet cake packaging which is not attractive because it uses plastic or mica plastic without

packaging label. Based on these findings, the team carried out packaging development to improve the appearance and attractiveness of wet cakes. The packaging development method carried out was by observing the product and target market, training to determine the information that must be included in the packaging, the benefits of packaging for a product, training in and designing packaging. The results of the Community Service Program (CSP) activities included improved packaging for various wet cakes with better food safety assurance, more comprehensive product information for consumers, and more attractive packaging designs. The impact of developing the packaging for wet cakes produced by the Tikita Bakery/Enake Cake MSME would increase sales.

A. Pendahuluan

Industri makanan di Indonesia terus berkembang pesat, seiring dengan meningkatnya permintaan terhadap produk pangan yang beragam (Lawitani et al., 2024; Syafi'i et al., 2023). Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam sektor makanan (Aliyah, 2022). Salah satu contoh UMKM yang bergerak di bidang pembuatan kue basah adalah Toko Roti Tikita/Enake Cake yang dimiliki oleh Putri Johar Ayu, seorang mahasiswa Program Studi Teknologi Pangan di Universitas Terbuka. Usaha ini sudah beroperasi sejak tahun 2010 di Ciherang, Dramaga, Bogor, dan saat ini telah memproduksi sebanyak lebih dari 50 jenis kue basah.

Berdasarkan hasil observasi tim pengabdian kepada Masyarakat (PkM) diketahui bahwa kue basah yang diproduksi memiliki rasa, warna, tampilan, tekstur, dan aroma yang disukai oleh konsumen. UMKM Toko kue Tikita/ Enake sudah memiliki sertifikasi halal. Kelemahan produk UMKM Toko kue Tikita/ Enake adalah belum dikemas dengan menarik sehingga tampilan dan daya tarik kue basah ini masih perlu perlu dikembangkan. Kemasan yang digunakan pada kue basah UMKM Toko Roti Tikita/ Enake Cake masih menggunakan mika dan tanpa informasi tentang produk serta belum ada informasi tentang regulasi pangan sesuai ketentuan.

Meski usaha ini telah berjalan dengan baik, perkembangan pasar yang semakin pesat menuntut adanya inovasi agar produk yang ditawarkan tetap kompetitif (Mardikaningsih, 2023). Dalam hal ini, tampilan dan daya tarik produk menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam memilih produk (Surajiyo et al., 2024). Salah satu aspek yang perlu mendapatkan perhatian khusus adalah kemasan produk. Kemasan yang menarik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana untuk menarik perhatian konsumen, memberikan

informasi yang jelas tentang produk, serta meningkatkan citra merek (Foster et al., 2020; Kusumawati et al., 2022; Setiawardhani, 2025).

Pada produk kue basah perlu dikemas dengan baik dan memuat informasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Menurut Hutaurok et al. (2024), pembuatan kemasan pada kue basah mempunyai pengaruh yang besar terhadap minat konsumen, karena produk tersebut akan terlihat menarik secara visual dan higienis. Para produsen kue basah juga perlu mengemas dengan bijak sekaligus memberi label pada produknya agar masyarakat mengetahui karakteristik produk yang dijualnya. Selain itu, pembuatan kemasan dan label yang menarik akan membuat produk yang dijual dapat bersaing dan meningkatkan penjualan di pasaran. Untuk itu, pengembangan kemasan yang lebih menarik, aman, dan informatif menjadi langkah strategis untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk kue basah dari UMKM ini.

Berdasarkan hasil observasi dan kajian yang telah dilakukan pada produk kue basah UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake maka perlu dikembangkan kemasan kue basah untuk meningkatkan tampilan dan daya tarik kue basah. Tim Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dari Universitas Terbuka melakukan program pengabdian kepada masyarakat melalui pengembangan kemasan dengan mengadopsi metode yang melibatkan observasi produk dan target pasar, pelatihan untuk menentukan informasi yang harus ada pada kemasan, serta pelatihan desain kemasan yang tidak hanya menarik tetapi juga aman bagi pangan. Tujuan dari kegiatan PkM ini adalah memberikan kompetensi agar produsen UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dapat mengembangkan kemasan dengan tampilan dan daya tarik yang mampu bersaing dengan produsen kue basah lainnya.

B. Metode Pelaksanaan

1. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Kegiatan pelatihan pengembangan kemasan untuk produk kue basah dari UMKM Toko Roti Tikita dilaksanakan pada bulan Mei hingga Oktober 2025, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan praktis kepada pelaku usaha mengenai cara mendesain kemasan produk yang menarik dan fungsional. Pelatihan ini dilaksanakan di Tempat Produksi Toko Roti Tikita, yang berlokasi di Ciherang, Dramaga, Bogor, dan diikuti oleh para pemilik dan karyawan usaha tersebut, termasuk Ibu Siti Sunaryati, Bapak Danang Adi Hapsoro, dan Ibu Putri Johar Ayu yang merupakan pemilik dari toko ini.

Pelaksanaan PkM secara daring dilaksanakan di UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dan juga Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Terbuka.

2. Metode Pelaksanaan

Pelaksanaan PkM dilaksanakan secara tatap muka dan juga dilakukan secara online melalui jaringan (daring), dengan pemberian materi mengenai mengenai pentingnya kemasan dalam memengaruhi daya tarik produk dan keputusan pembelian konsumen. Selain itu, peserta diberikan pemahaman tentang regulasi terkait kemasan pangan, termasuk persyaratan informasi yang wajib ada pada kemasan produk seperti label halal, tanggal kedaluwarsa, informasi gizi, dan komposisi produk. Setelah pemahaman dasar tentang kemasan, peserta dilatih untuk mendesain kemasan yang dapat meningkatkan daya tarik produk kue basah yang diproduksi oleh Toko Roti Tikita.

Pelaksanaan kegiatan PkM dilakukan secara bertahap. Tahap 1, dilakukan observasi terhadap kondisi kue basah yang diproduksi oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake. Observasi ini meliputi jenis, rasa, warna, tampilan, tekstur, dan aroma, dan kemasan kue basah yang diproduksi. Tahap 2, dilakukan diskusi tentang regulasi pangan dan informasi kemasan pada kue basah yang diproduksi oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake. Tahap 3, dilakukan pelatihan tentang kemasan dilanjutkan dengan diskusi tentang rancangan kemasan yang dinginkan oleh produsen kue basah. Untuk mengukur kompetensi yang dikuasai oleh pemilik oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dilakukan perbandingan skor pretest sebelum pelatihan dan skor posttest setelah pelatihan. Tahap 4, dilaksanakan praktik pengembangan kemasan kue basah oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dan jajag pendapat tentang kemasan baru hasil pengembangan kepada konsumen.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Pelaksanaan PkM

Hasil kegiatan PkM pada UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dijabarkan dalam tahap berikut,

Tabel 1.
Hasil Kegiatan

Tahap	Penjelasan
Tahap 1	Hasil observasi terhadap kondisi kue basah yang diproduksi oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake yang meliputi jenis, rasa, warna, tampilan, tekstur, dan aroma, diketahui telah memenuhi selera konsumen. Sedangkan kemasan kue basah masih sederhana (menggunakan mika) tanpa merek, keterangan komposisi bahan

Tahap	Penjelasan
	yang digunakan, tanggal kadaluwarsa, dan sertifikasi halal (logo halal). Menutu Janah (2020), pencantuman label pada kemasan pangan ini ditulis dengan menggunakan bahasa Indonesia serta memuat paling sedikit keterangan mengenai nama produk, daftar bahan yang digunakan, berat bersih, nama dan alamat pihak yang memproduksi, nomor sertifikasi halal, tanggal, bulan, dan tahun kedaluwarsa. Pada hal UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake sudah memiliki sertifikasi halal, tetapi belum dipasang pada kemasan. Tampilan kemasan kue basah produk toko kue Tikita belum memberikan identitas produsen dan ketentuan. Gambaran kemasan kue basah hasil observasi terdapat pada Gambar 1.
Tahap 2	Hasil diskusi diketahui bahwa UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake diketahui sudah memiliki sertifikasi halal sudah dimiliki, sedangkan untuk ketentuan-ketentuan untuk kemasan belum dicantumkan. Berdasarkan hasil diskusi ini maka perlu dilakukan pelatihan dan praktik agar kemasan kue basah yang diproduksi UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake sesuai dengan ketentuan dan meningkatkan tampilan sehingga dapat menjadi daya tarik pembeli. Menurut Oktavianty (2023), desain dan bentuk kemasan yang produk dapat mempengaruhi daya tarik konsumen pada faktor fungsional dan estetika.
Tahap 3	Pelatihan tentang kemasan dilaksanakan secara tatap muka dengan menggunakan materi cetak. Pelatihan ini diawali dengan pretest, dilanjutkan dengan pelatihan, diskusi, dan diakhiri dengan posttest. Setelah pelatihan dilakukan praktik dengan menentukan kemasan untuk beberapa kue basah yang direncakan akan dipasarkan langsung ke konsumen. Kue basah dengan kemasan baru hasil pengembangan ditunjukkan ke konsumen untuk mengetahui pendapatnya (7 orang). Berdasarkan skor hasil pretest dan posttest diketahui adanya peningkatan kompetensi tentang kemasan pangan pada pengelola UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake Desain Pretest dan Posttest dalam suatu pelatihan dilakukan bertujuan untuk melihat keberhasilan suatu program pelatihan atau berhasil tidaknya penyampaian materi/pembelajaran yang ditandai dengan adanya peningkatan nilai (Sasmita et al., 2019).
Tahap 4	Praktek pengembangan kemasan kue basah oleh UMKM Toko kue Tikita/ Enake Cake dilaksanakan secara tatap muka dengan mengacu pada materi pelatihan. Kegiatan dan diskusi penentuan jenis, merk, pemasangan logo sertifikasi halal, informasi bahan, informasi kandungan zat gizi pada kemasan dilakukan oleh tim PkM dan pengelola UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake (Gambar 4). Hasil diskusi ini selanjutnya dikembangkan oleh pengelola UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake untuk kue basah yang dijual langsung ke konsumen. Hasil penilaian konsumen terhadap kemasan kue basah hasil pengembangan menyatakan bahwa kemasan kue basah yang dihasilkan lebih menarik, informatif, aman, dan higienis (Gambar 2 dan Gambar 3). Pengembangan kemasan yang lebih menarik, higienis, dan ramah lingkungan, yang pada akhirnya memberi manfaat dari segi estetika dan kenyamanan bagi konsumen (Fajarani et al., 2024).

Gambar 1.
Desain label kemasan kue Titika hasil PkM



Gambar 2.
Desain label kemasan kue Titika hasil PkM



2. Evaluasi Kegiatan

Pelatihan tentang pengembangan kemasan kue basah produk UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake telah berhasil meningkatkan pengetahuan pengelolanya. Hasil ini diperoleh dari peningkatan nilai pretest dari 80% jawaban benar pada pretest meningkat menjadi 100% jawaban benar pada soal posttest.

D. Simpulan

Pelatihan yang diberikan tim PkM kepada pengelola UMKM toko kue Tikita/ Enake Cake tentang pengembangan kemasan kue basah berhasil mengembangkan kemasan dengan informasi (bahan yang digunakan,

kandungan zat gizi, dan sertifikat halal) yang cukup lengkap yang dibutuhkan konsumen dan aman. Kemasan dengan informasi yang cukup lengkap untuk konsumen kue basah akan meningkatkan tampilan dan daya tariknya.

E. Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Terbuka yang telah memberikan dukungan dana (tahun anggaran 2025) untuk pelaksanaan kegiatan PkM ini.

F. Referensi

- Aliyah, A. H. (2022). Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat. *WELFARE Jurnal Ilmu Ekonomi*, 3(1), 64–72. <https://doi.org/10.37058/wlfr.v3i1.4719>
- Fajarani, G. E., Hestiningtyas, A., & Ivani, K. A. (2024). Daya Saing Produk Risol Di Kota Balikpapan. *Jurnal Ekonomi & Bisnis Digital Terpadu*, 1(1), 55–66.
- Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M. D., Nadeak, B., & Sormin, E. (2020). Peranan Desain Kemasan dan Branding Dalam Peningkatan Kualitas Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan. *Jurnal Comunita Servizio*, 2(2), 479–486.
- Hutauruk, N.H., Dewi, K., & Siregar, A. Z. (2024). Pentingnya Pembuatan Kemasan serta Labeling Home Industri Kue Basah dan Kue Kering Kecamatan Medang Selayang. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3 (2), 52-58. <https://jurnal.uimedan.ac.id/index.php/Ji-SOMBA>.
- Janah, T. N. (2020). Upaya perlindungan konsumen muslim dan non-muslim melalui sertifikasi halal dan transparansi komposisi produk makanan. *Islamic Review: Jurnal Riset Dan Kajian Keislaman*, 9(1), 65–85.
- Kusumawati, D. N. I., Kusumah, W. I., & Wibisono T, R. W. (2022). Analisis Desain Kemasan Produk Umkm Makanan Tradisional Lemper Berbaian Alami Memiliki Daya Tarik Dan Ketahanan Mutu Produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Lawitani, D., Kafah, Wibowo, K., Rizqia, Syahba, Yuliana, A., Putri, M., Intan, Andarini, Sonja, Kusumasari, & Respati. (2024). Peran Inovasi Produk dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis: Studi Kasus pada Industri Makanan dan Minuman Perusahaan Indonesia. *IJESPG Journal*, 2(1), 1–8. <http://ijespgjournal.org>

- Mardikaningsih, R. (2023). Strategi Inovasi Dan Pemasaran Media Sosial Untuk Meningkatkan Keunggulan. *Jurnal Baruna Horizon*, 6(2), 58–67. <https://jurnal.stiamak.ac.id/index.php/jbh/article/view/101/85>
- Oktavianty. (2023). Desain Kemasan dan Penampilan Produk Gula Kelapa Pacitan untuk Meningkatkan Daya Tarik Konsumen. *Journal Agroforetech*, 1(2), 1107–1116. <https://jurnal.instiperjogja.ac.id/index.php/JOM/article/view/619%0A>
- Sasmita, J., Handyasto, A., & Kuswatiningsih. (2019). Peningkatan Pengetahuan tentang hipertensi guna memperbaiki tekanan darah pada anak muda di sleman Yogyakarta. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 26–38.
- Setiawardhani, W. O. (2025). Peran Packaging Dalam Strategi Marketing Bagi Daya Tarik Beli Konsumen. *Komunikata* 57, 6(1), 152–162. <https://doi.org/10.55122/kom57.v6i1.1888>
- Surajiyo, S., Juita, H. R., Triharyati, E., Saputra, D., & Arismenanda, M. (2024). Peran desain kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk dan keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Univ. BI Mengabdi*, 3(2), 50–58.
- Syafi'i, A., Shobichah, S., & Mulyani, M. (2023). Pengaruh Diversifikasi Produk Terhadap Pertumbuhan Dan Keunggulan Bersaing: Studi Kasus Pada Industri Makanan Dan Minuman. *Jurnal Impresi Indonesia*, 2(6), 592–599. <https://doi.org/10.58344/jii.v2i6.3140>