



PEMBERDAYAAN UMKM REMPEYEK DUA PUTRA MELALUI INOVASI KEMASAN KREATIF DAN PEMASARAN BERBASIS MEDIA SOSIAL

Susanti Rina Nugraheni¹, Putri Restu Dewati², Maria Theresia Kristiati EA³

^{1,2,3} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

Email korespondensi: susantirina22@upnyk.ac.id

ABSTRACT

Dua Putra's Rempeyek is one of the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) located in Meger Village, Ceper District, Klaten Regency, Central Java. This business faces various challenges in maintaining product quality and expanding its marketing reach. The main problems include a manual production process that makes the rempeyek prone to rancidity, the use of simple, non-airtight plastic packaging, and a conventional marketing strategy that has not yet utilized digital media. Through a community service program implemented by a team of lecturers from the National Development University "Veteran" Yogyakarta, solutions based on packaging innovation and digital marketing were introduced. The activities included training on the use of oil-spinner machines to reduce oil content, introducing vacuum and standing pouch packaging technology, and creating attractive, informative packaging designs. On the marketing side, the partners received training on optimizing social media and online marketplaces (such as Instagram and Shopee) as tools for promotion and sales. This program aims to enhance the quality and competitiveness of local rempeyek products by applying suitable technology and digital transformation to MSMEs. The results show improved product quality, more durable and professional packaging, and increased market reach and sales turnover. Active collaboration between the service team and MSME partners has been a key factor in the program's success, which is expected to serve as a model of empowerment for other small businesses in the Klaten region and its surroundings.

Keywords: rempeyek, packaging innovation, digital marketing, community empowerment.

ABSTRAK

Usaha Rempeyek Dua Putra yang berlokasi di Desa Meger, Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten, menghadapi berbagai kendala dalam mempertahankan kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Permasalahan utama meliputi proses produksi yang masih manual sehingga rempeyek mudah tengik, penggunaan kemasan plastik sederhana yang tidak kedap udara, serta strategi pemasaran yang masih konvensional dan belum memanfaatkan media digital. Melalui program Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta, diterapkan solusi berbasis inovasi kemasan dan digital marketing. Kegiatan meliputi pelatihan penggunaan alat spinner untuk mengurangi kadar minyak, pengenalan teknologi pengemasan vakum dan *standing pouch*, serta pembuatan desain kemasan yang menarik dan informatif. Di sisi pemasaran, mitra diberikan pelatihan optimalisasi

media sosial dan marketplace (seperti Instagram dan Shopee) sebagai sarana promosi dan penjualan. Program ini bertujuan meningkatkan kualitas dan daya saing produk rempeyek lokal melalui penerapan teknologi tepat guna dan transformasi digital UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan kualitas produk yang lebih tahan lama, kemasan yang lebih profesional, serta peningkatan jangkauan pasar dan omzet penjualan. Kolaborasi aktif antara tim pengabdi dan pelaku UMKM menjadi faktor kunci dalam keberhasilan program, yang diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan bagi usaha kecil lain di wilayah Klaten dan sekitarnya.

Kata kunci: rempeyek, inovasi kemasan, pemasaran digital, pemberdayaan masyarakat.

PENDAHULUAN

Klaten memiliki posisi geografis yang strategis sebagai kota lintas antara dua destinasi wisata utama, yaitu Yogyakarta dan Solo. Letak ini memberikan peluang besar bagi pengembangan usaha camilan, karena Klaten sering menjadi tempat persinggahan wisatawan yang melintasi jalur tersebut. Produk camilan lokal seperti rempeyek, keripik singkong, slondok, dan geplak bisa menjadi daya tarik tersendiri jika dikemas menarik dan dipasarkan sebagai oleh-oleh khas daerah. Selain itu, potensi wisata lokal seperti Candi Plaosan dan Umbul Ponggok juga turut mendatangkan pengunjung yang bisa menjadi target pasar potensial bagi pelaku usaha camilan.

Salah satu produk camilan yang diproduksi di Klaten adalah rempeyek. Rempeyek, sebagai camilan tradisional yang terbuat dari tepung beras dan kacang tanah atau bahan lainnya, sangat familiar di lidah masyarakat Jawa Tengah. Ketersediaan bahan baku lokal seperti kacang tanah, daun jeruk, dan rempah-rempah turut mendukung produksi rempeyek secara berkelanjutan dan efisien di wilayah ini. Salah satu produsen rempeyek ini adalah UMKM Dua Putra yang berada di Desa Meger, Ceper, Kabupaten Klaten.

Usaha rempeyek Dua Putra di Klaten menghadapi sejumlah tantangan yang memengaruhi daya saing produknya. Salah satu permasalahan utama adalah produk rempeyek yang mudah tengik atau kehilangan kerenyahannya. Hal ini disebabkan oleh proses produksi yang masih manual dan penggunaan kemasan plastik sederhana tanpa pelindung tambahan seperti silika gel atau sistem penyegelan kedap udara. Kemasan yang kurang optimal tidak hanya mempercepat penurunan kualitas produk, tetapi juga mengurangi daya tarik visual di mata konsumen, terutama wisatawan yang melintasi Klaten sebagai jalur antara Yogyakarta dan Solo. Permasalahan serupa juga dialami oleh pelaku usaha rempeyek lainnya di berbagai daerah, yang menunjukkan pentingnya inovasi dalam pengemasan untuk meningkatkan daya saing produk.

Selain itu, strategi pemasaran yang masih konvensional menjadi kendala dalam memperluas jangkauan pasar rempeyek Dua Putra. Penjualan yang terbatas pada pasar tradisional dan warung sekitar membuat produk kurang dikenal oleh konsumen yang lebih luas. Kurangnya pemanfaatan platform digital seperti media sosial dan marketplace online menghambat pertumbuhan usaha di era digital saat ini. Padahal, dengan memanfaatkan teknologi digital, pelaku usaha rempeyek dapat menjangkau konsumen yang lebih luas dan meningkatkan penjualan (Ayu Maulinda, Anggi Aprilia, & Galang, 2019).

Pertama, untuk mengatasi masalah produk rempeyek yang mudah tengik, penting untuk memperbaiki proses produksi dengan memastikan penirisan minyak yang optimal. Penggunaan alat peniris minyak (spinner) dapat membantu mengurangi kadar minyak berlebih pada rempeyek, sehingga produk menjadi lebih renyah dan tahan lama. Penggunaan kemasan seperti standing pouch dengan lapisan dalam yang kuat juga dapat menjaga kerenyahan dan kualitas rempeyek lebih lama. Kedua, untuk meningkatkan daya tarik produk, desain kemasan perlu diperhatikan. Kemasan yang menarik tidak hanya melindungi produk tetapi juga berfungsi sebagai alat pemasaran. Menambahkan label merek, informasi nutrisi, dan sertifikasi seperti halal atau BPOM dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Ketiga, dalam hal pemasaran, beralih dari metode konvensional ke strategi digital dapat memperluas jangkauan pasar. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan Facebook untuk promosi, serta penjualan melalui marketplace seperti Tokopedia atau Shopee, dapat meningkatkan visibilitas produk. Membuat konten menarik, seperti foto produk berkualitas tinggi dan testimoni pelanggan, dapat menarik minat konsumen baru. Target luaran yang diharapkan dalam kegiatan program pengabdian masyarakat ini adalah Rempeyek Dua Putra memiliki desain kemasan baru yang menarik dan fungsional, dilengkapi dengan label dan informasi produk, serta elemen branding yang memperkuat identitas rempeyek Dua Putra, terlaksananya pelatihan pemasaran digital bagi pemilik usaha, mencakup pemanfaatan media sosial, pembuatan konten promosi, dan strategi penjualan melalui platform online untuk memperluas jangkauan pasar. Selanjutnya terciptanya peningkatan penjualan produk rempeyek Dua Putra melalui implementasi kemasan baru dan strategi pemasaran digital, yang dapat diukur melalui peningkatan omzet dan perluasan area distribusi.

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode

Kemasan merupakan elemen penting dalam menarik minat konsumen dan meningkatkan daya saing produk, terutama pada UMKM pangan. Kemasan bukan hanya wadah pelindung produk, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi visual antara produsen dan konsumen. Desain kemasan yang menarik dapat mendorong persepsi positif terhadap kualitas produk dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Halim et al. menegaskan bahwa desain kemasan harus berfungsi sebagai media komunikasi antara produsen dengan calon konsumen serta memberikan daya tarik visual untuk meningkatkan minat beli.

Selain estetika, kemasan juga harus memenuhi standar kelayakan kesehatan. Program pendampingan UMKM menunjukkan hasil bahwa kemasan yang dirancang mengikuti standar instansi kesehatan —dengan mencantumkan informasi produk lengkap— mampu meningkatkan kepercayaan konsumen dan daya saing di pasar modern (Ningsih dkk, 2023:9). Dengan demikian, kemasan bukan hanya elemen estetika, tetapi juga merupakan instrumen strategis untuk diferensiasi produk, peningkatan kualitas, dan penetrasi pasar yang lebih luas.

Label pada produk memiliki fungsi vital sebagai penyampai informasi yang diperlukan konsumen, seperti komposisi bahan, tanggal kadaluwarsa, informasi gizi, alamat produsen, dan izin produksi. Label yang lengkap juga meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keamanan pangan. Pada studi lain, standar minimal label mencakup nama pangan, merk, berat bersih, komposisi, tanggal kadaluwarsa, nomor PIRT, dan informasi produsen. Ketentuan ini menjadi syarat penting agar produk dapat diterima di pasar modern dan menambah kredibilitas UMKM di mata konsumen (Ningsih dkk, 2023:10).

Perkembangan teknologi digital memberikan peluang besar bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar melalui pemasaran online. Digital marketing melalui media sosial dan marketplace telah menjadi kebutuhan strategis di era modern dan mampu meningkatkan akses konsumen tanpa batas geografis.

Penelitian menunjukkan bahwa UMKM yang memanfaatkan media digital memperoleh keunggulan dalam pemasaran dan mampu bersaing lebih efektif di pasar yang semakin kompetitif. Pemanfaatan internet dan media sosial memungkinkan konsumen memperoleh informasi produk lebih mudah dan cepat.

Contoh implementasi strategi digital marketing dilakukan pada UMKM “Rempeyek Mak Sri”, yang sebelumnya hanya mengandalkan pemasaran mulut ke mulut dan WhatsApp. Setelah pendampingan, UMKM mulai memasarkan produk melalui Instagram dan Shopee untuk menjangkau konsumen lebih luas. Pendampingan penggunaan media digital juga penting bagi UMKM yang masih kurang memahami cara operasional platform digital. Pelaku usaha memerlukan edukasi agar dapat menjalankan branding dan pemasaran digital secara efisien (Ilmiah dkk, 2023:162). Dengan demikian, pemasaran online menjadi strategi penting untuk ekspansi pasar, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan omset penjualan UMKM.

Permasalahan utama yang dihadapi oleh pelaku usaha rempeyek adalah produk yang cepat tengik akibat proses pengemasan yang kurang tepat. Selain itu, jenis kemasan yang digunakan belum mampu menjaga kualitas produk dalam jangka waktu lama, sehingga daya simpan rempeyek menjadi terbatas. Kondisi ini tentu berpengaruh pada kepuasan konsumen dan daya saing produk di pasaran.

Melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan, masyarakat diberikan pemahaman tentang pentingnya pengemasan yang baik sebagai salah satu faktor kunci dalam menjaga mutu makanan ringan. Materi pelatihan mencakup teknik pengemasan yang higienis, pemilihan bahan kemasan yang tepat, serta cara penyegelan yang rapat agar produk lebih tahan lama.

Selain itu, peserta juga memperoleh pendampingan langsung dalam penerapan metode pengemasan yang telah diajarkan. Dengan demikian, para pelaku usaha diharapkan dapat secara mandiri menerapkan teknik tersebut dalam produksi sehari-hari sehingga produk rempeyek memiliki kualitas yang lebih baik dan daya simpan yang lebih panjang.

Berikutnya pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan yang menarik dan label yang baik. Pada tahapan ini dihasilkan desain kemasan yang lebih baik dari sebelumnya. Kemasan didesain sesuai syarat yang telah ditetapkan oleh Dinas Kesehatan yaitu minimal memuat nama pangan, merk, netto/berat bersih, komposisi, tanggal kadarluasa, kode produksi, nama dan alamat IRTP (minimal kabupaten, Indonesia, kode pos), nomor PIRT, serta tidak mencantumkan klaim kesehatan atau klaim gizi. Kemasan produk didesain sesuai dengan jenis peyek yang diproduksi, yaitu peyek kacang, peyek teri dan peyek kacang hijau. Gambar berikut ini merupakan desain kemasan produk peyek mitra. Tampilan kemasan belum mampu menarik perhatian konsumen dan tidak mencerminkan identitas produk yang profesional. Padahal, kemasan yang menarik merupakan salah satu strategi pemasaran penting dalam menarik minat beli masyarakat (Ningsih dkk, 2020)

Merancang konsep penjualan melalui media sosial dan manajemen sumber daya manusia. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran digital. Peserta dikenalkan dengan strategi penjualan online, cara membuat konten promosi yang menarik, serta teknik pengelolaan akun media sosial agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas.

Selain itu, dilakukan perancangan konsep manajemen sumber daya manusia yang lebih terstruktur agar kegiatan produksi dan penjualan berjalan efektif. Dengan adanya pemahaman tentang pemasaran digital dan pengelolaan tim kerja, diharapkan pelaku usaha mampu meningkatkan penjualan rempeyek serta memperluas jaringan pasar secara berkelanjutan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang berisi Pelatihan dan Pendampingan dilaksanakan di UMKM Dua Putra yang beralamat di Desa Meger, Kecamatan Ceper, Kabupaten Klaten. Pelaksanaan Pelatihan dilakukan dua kali yang mana pada agenda pertama langsung pada UMKM Dua Putra. Kemudian pada pelatihan kedua, UMKM Dua Putra mengundang anggota paguyuban UMKM yang bergerak di bidang makanan ringan di Kabupaten Klaten yaitu Paguyuban Mustika Rasa. Anggota paguyuban Mustika Rasa

sebanyak 50 UMKM sebagai anggota tetap, akan tetapi jumlah yang hadir pada saat pelatihan hanya setengah dari jumlah anggota.

Antusiasme dari peserta saat pelatihan berlangsung sangat tinggi. Peserta merasa mendapatkan wawasan mengenai branding, kemasan yang “menjual”, dan strategi penjualan secara online. Banyak dari peserta yang masih minim Gambaran terkait penjualan secara online.



Gambar 1. Foto Bersama UMKM Dua Putra



Gambar 2. Foto Bersama Paguyuban Mustika Rasa



Gambar 3. Foto saat menyampaikan materi

HASIL DAN PEMBAHASAN

Program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Rempeyek Dua Putra menghasilkan perubahan signifikan dalam proses produksi dan kualitas produk. Pelatihan penggunaan alat spinner memungkinkan penirisan minyak secara optimal sehingga rempeyek lebih renyah dan tidak mudah tengik. Penggunaan kemasan standing pouch mampu menjaga kualitas produk lebih lama dan meningkatkan daya tarik visual kemasan. Hasil ini sejalan dengan pengabdian lainnya pada UMKM Peyek 3E, dimana penggunaan mesin peniris minyak berhasil mengurangi minyak berlebih dan meningkatkan kualitas peyek secara signifikan (Ningsih dkk, 2020:8).

Pendampingan desain kemasan menghasilkan kemasan standing pouch dengan sistem kedap udara serta label yang lebih informatif, mencakup nama produk, komposisi, berat bersih, alamat, dan nomor izin edar. Desain visual yang lebih menarik meningkatkan citra produk dan profesionalitas usaha.

Program ini menekankan pentingnya label dan estetika kemasan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen melalui informasi lengkap dan sertifikasi pendukung. Perubahan kemasan ini sesuai luaran wajib berupa desain kemasan baru yang menarik dan fungsional sebagai identitas branding UMKM. Praktik ini konsisten dengan hasil pendampingan UMKM Belopar Rempeyek yang menunjukkan peningkatan daya tarik melalui penggunaan standing pouch dan pencantuman informasi lengkap termasuk nomor PIRT dan logo halal (Halim dkk, 2023:100).

Program transformasi pemasaran melalui media sosial ini menghasilkan peningkatan kemampuan pemilik usaha dalam pemasaran digital, terutama melalui Instagram, marketplace, dan shopee. Pelatihan mencakup pembuatan konten visual melalui foto produk berkualitas serta penulisan caption dan strategi penjualan online.

Hal ini selaras dengan kerangka kegiatan yang menargetkan peningkatan penjualan melalui media sosial serta pembuatan akun digital sebagai media promosi. Pendampingan serupa UMKM lain juga menunjukkan bahwa pelatihan branding dan digital marketing memberikan kemampuan dan kepercayaan diri bagi UMKM dalam memperluas pasar online (Ilmiah dkk, 2023:6).

PENUTUP

Simpulan

Program pengabdian kepada masyarakat pada UMKM Rempeyek Dua Putra berhasil memberikan dampak nyata dalam peningkatan kualitas produk dan kapasitas pemasaran. Dari sisi produksi, pelatihan penggunaan alat spinner mampu mengurangi kadar minyak secara optimal sehingga menghasilkan rempeyek yang lebih renyah, tidak mudah tengik, dan memiliki daya simpan lebih baik. Peningkatan ini selaras dengan praktik pengabdian serupa pada UMKM Peyek 3E yang menunjukkan hasil signifikan dalam pengurangan minyak berlebih melalui teknologi penirisan modern.

Inovasi kemasan juga menjadi aspek penting dalam keberhasilan program. Penggunaan kemasan standing pouch kedap udara serta label informatif mampu meningkatkan estetika produk, memberikan citra lebih profesional, dan memperkuat identitas branding. Kelengkapan informasi pada label, seperti komposisi, berat bersih, alamat, dan izin edar, turut meningkatkan kepercayaan konsumen. Temuan ini konsisten dengan pengabdian pada UMKM Belopar Rempeyek yang menunjukkan efektivitas kemasan modern dan informasi lengkap dalam menarik minat pasar.

Selain peningkatan kualitas produk dan kemasan, program ini juga berhasil meningkatkan kapasitas pemasaran digital pelaku usaha. Pelatihan penggunaan Instagram dan marketplace memperkuat kemampuan promosi online melalui konten visual, strategi caption, hingga manajemen akun penjualan. Transformasi digital ini memberikan dasar kuat bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasarnya dan sejalan dengan temuan pendampingan UMKM lain yang menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dan kompetensi pelaku usaha dalam pemasaran digital.

Secara keseluruhan, program ini efektif dalam meningkatkan kualitas produk, daya tarik kemasan, dan kemampuan pemasaran online Rempeyek Dua Putra, sehingga mendukung peningkatan daya saing dan potensi pertumbuhan usaha secara berkelanjutan.

Saran

1. Peningkatan Konsistensi Produksi Pemilik usaha perlu memastikan penggunaan teknologi spinner dan teknik pengemasan kedap udara dilakukan secara konsisten untuk mempertahankan kualitas dan umur simpan produk.
2. Penguatan Branding dan Identitas Produk. Branding perlu dilanjutkan dengan pengembangan logo, slogan, dan penguatan identitas visual pada kemasan serta materi promosi untuk meningkatkan brand recognition.
3. Optimalisasi Media Sosial, Marketplace, dan Shopee. Pemilik usaha disarankan untuk aktif memproduksi konten berkualitas, memanfaatkan fitur promosi digital seperti reels, story, live shopping, serta menjalankan strategi harga dan promosi musiman.
4. Diversifikasi Produk dan Kemasan UMKM dapat mulai mengembangkan variasi ukuran kemasan dan varian rasa sebagai strategi ekspansi segmen pasar dan peningkatan nilai jual.
5. Pengembangan Kemitraan dan Distribusi Offline. Selain pemasaran digital, usaha dapat memperluas distribusi melalui toko oleh-oleh, rest area, pusat UMKM, dan kolaborasi dengan pelaku wisata lokal.
6. Program Pelatihan Berkelanjutan. Diperlukan pendampingan lanjutan dalam bidang manajemen usaha, pencatatan keuangan digital, layanan pelanggan, dan pemenuhan sertifikasi seperti halal atau BPOM untuk meningkatkan daya saing.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu Maulinda, W., Anggi Aprilia, P. and Galang, B. (2019) ‘Pelatihan Digital Marketing Strategy Untuk Mencapai Kemandirian Masyarakat’, *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), pp. 147–157.
- Fauzi, M., Mooduto, K. R., & Wahyuni, T. R. (2021). *Pelabelan kemasan produk rempeyek di Cisaat Sukabumi sebagai sarana promosi dan peningkatan nilai jual*. *Jurnal Dasarupa*, 3(3), 33–45. Universitas Nusa Putra.
- Halim, H., Suradi, A. R., Ramlil, F., Taslim, A. I. S., & Agustan. (2023). *Pendampingan UMKM Belopar Rempeyek dalam produksi keripik rempeyek kacang melalui strategi repackaging*. *JDISTIRA: Jurnal Pengabdian Inovasi dan Teknologi Kepada Masyarakat*, 3(1), 98–104.
- Ilmiah, I., & Hariyana, N. (2023). *Pendampingan dan penerapan branding produk sebagai strategi pemasaran UMKM “Rempeyek Mak Sri”*. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1627–1634. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1163>
- Ningsih, S.C., Kintoko and Putri, P.H. (2020) ‘Inovasi kemasan dan perluasan pemasaran usaha rempeyek di Yogyakarta’, *DINAMISIA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 4(1), pp. 6–11. doi:10.31849/dinamisia.v4i1.3268.