



# LAPORAN HASIL KEGIATAN KULIAH KERJA NYATA ( KKN ) ANGKATAN IV TAHUN 2025

Disusun oleh :  
**KKN KWU Kelompok 6, Kelurahan Kebun  
Tebeng, Bengkulu**

1. Aji Arofat (2223130138)
2. Indri Apriliani (2223130123)
3. Desty Arnita (2223130134)
4. Vanda Ibra Julika (2223130039)
5. Eko Bintang Prayoga (2223130106)
6. Inuki Yudi Marta (2223430032)
7. M.Tommy Indrico (2223240164)
8. Hany Meridha (2223130037)
9. Andi Samudra (2223130180)
10. Abbin Mutiara Bintang (2223130082)
11. Asih Tri Utami (2223130158)
12. Serviani (2223130038)



**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU  
TAHUN 2025**

**LAPORAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT**  
**SOSIALISASI PENGEMASAN PRODUK SESUAI STANDAR KEAMANAN**  
**PANGAN DAN PEMANFAATANNYA DALAM BRANDING DAN MARKETING**



Disusun Oleh:

1. Aji Arofat (2223130138)
2. indri apriliani (2223130123)
3. Desty arnita (2223130134)
4. Vanda Ibra Julika (2223130039)
5. Eko bintang prayoga (2223130106)
6. inuki Yudi marta (2223430032)
7. M . Tommy Indrico (2223240164)
8. Hany Meridha (2223130037)
9. andi Samudra (2223130180)
10. Abbin Mutiara Bintang (2223130082)
11. Asih tri utami (2223130158)
12. Serviani (2223130138)

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI FATMAWATI SUKARNO BENGKULU**

**2025-2026**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga kegiatan KKN Kewirausahaan di wilayah Bogor – Jakarta dengan tema “*Sosialisai pengemasan produk sesuai standar keamanan pangan dan pemanfaatannya dalam branding dan marketing*” dapat terlaksana dengan baik.

Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pelaku UMKM tentang pentingnya pengemasan produk yang sesuai standar keamanan pangan serta peran strategisnya dalam meningkatkan daya tarik dan pemasaran produk.

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung kelancaran kegiatan ini, khususnya UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu, dosen pembimbing, serta masyarakat dan pelaku usaha di lokasi KKN.

Kami menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, masukan dan saran yang membangun sangat kami harapkan.

Jakarta - Bogor, 24-29 April

Peserta KKN Kewirausahaan  
UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>5</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>B. Tujuan Pengabdian .....</b>	<b>6</b>
<b>C. Manfaat Pengabdian.....</b>	<b>6</b>
<b>BAB II RANCANGAN KERJA .....</b>	<b>8</b>
<b>A. Pelaksanaan Kegiatan .....</b>	<b>8</b>
<b>B. Tinjauan Hasil yang dicapai .....</b>	<b>9</b>
<b>LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI .....</b>	<b>11</b>

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam perekonomian nasional. Diwilayah Bengkulu , sektor UMKM berkembang pesat dengan beragam jenis produk, khususnya makanan dan minuman olahan. Namun, dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, banyak pelaku UMKM masih menghadapi tantangan besar dalam hal pengemasan produk yang sesuai standar keamanan pangan dan pemasaran yang efektif.

Pengemasan produk saat ini tidak hanya berfungsi sebagai pelindung isi dari kerusakan fisik dan kontaminasi, tetapi juga memainkan peran strategis dalam proses pemasaran. Kemasan yang baik mampu menarik perhatian konsumen, menyampaikan informasi penting, meningkatkan citra merek, dan bahkan memengaruhi keputusan pembelian. Sayangnya, sebagian besar UMKM masih menggunakan kemasan seadanya yang belum memenuhi standar keamanan pangan dan belum maksimal dalam mendukung strategi marketing.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan dan merujuk pada materi dari Balai Besar Standardisasi dan Pelayanan Jasa Industri Agro (BBIA) Kementerian Perindustrian RI, ditemukan bahwa masih banyak pelaku UMKM yang belum memahami pentingnya fungsi kemasan sebagai sarana promosi, perlindungan produk, dan media komunikasi dengan konsumen. Banyak produk yang belum memiliki label yang lengkap, informasi nilai gizi yang jelas, atau menggunakan bahan kemasan yang tidak ramah lingkungan. Selain itu, desain kemasan yang kurang menarik turut melemahkan daya saing produk lokal.

Dengan mempertimbangkan berbagai tantangan tersebut, maka melalui program Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kewirausahaan yang dilaksanakan di kampus uinfas bkl, mahasiswa UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu berinisiatif melakukan sosialisasi dan pendampingan kepada pelaku UMKM mengenai pengemasan produk yang sesuai standar keamanan pangan dan pemanfaatannya dalam strategi pemasaran.

Diharapkan, kegiatan ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas produk UMKM dari sisi kemasan, memperluas jangkauan pasar, serta menciptakan produk-produk lokal yang aman, menarik, dan berdaya saing tinggi.

## **B. Tujuan Pengabdian**

Kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk Kuliah Kerja Nyata (KKN) Kewirausahaan ini dilaksanakan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Meningkatkan pemahaman pelaku UMKM di wilayah Kebun Tebeng mengenai pentingnya pengemasan produk yang sesuai dengan standar keamanan pangan nasional.
2. Memberikan edukasi dan sosialisasi tentang fungsi kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai media komunikasi, informasi, dan promosi kepada konsumen.
3. Mendorong pelaku usaha untuk menerapkan praktik pengemasan yang higienis, informatif, dan menarik, guna meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun nasional.
4. Membekali pelaku UMKM dengan keterampilan praktis dalam merancang desain kemasan yang efektif, ramah lingkungan, serta sesuai dengan target pasar.
5. Meningkatkan kesadaran pelaku usaha terhadap peraturan dan standar kemasan pangan, termasuk informasi label, komposisi bahan, tanggal kadaluarsa, dan izin edar yang berlaku.
6. Menumbuhkan semangat kewirausahaan dan inovasi di kalangan masyarakat, khususnya dalam pengembangan produk yang memiliki nilai jual dan keberlanjutan.

## **C. Manfaat Pengabdian**

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian ini antara lain:

1. Memberikan edukasi kepada mahasiswa mengenai standar keamanan pangan dalam pengemasan produk, sesuai dengan regulasi nasional.
2. Meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang pentingnya kemasan sebagai media promosi, identitas merek, dan alat pemasaran yang efektif.
3. Membekali peserta dengan prinsip-prinsip desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai target konsumen.

4. Menumbuhkan kesadaran akan pentingnya labelisasi pangan yang benar dan tidak menyesatkan, serta sesuai dengan aturan BPOM dan Kementerian Perindustrian.
5. Mendorong munculnya ide-ide kreatif kewirausahaan mahasiswa melalui pendekatan inovasi kemasan dan branding produk lokal.

## **BAB II**

### **RANCANGAN KERJA**

#### **A. Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan oleh kelompok 6 kkn kwu, Sedangkan peserta adalah lingkungan Masyarakat sekitar.

Jumlah Peserta : 20 orang

##### **1. Bentuk Kegiatan**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan metode pemaparan dan diskusi. Pemaparan dimaksudkan agar alur sosialisasi sesuai dengan yang diharapkan sedangkan diskusi dilakukan untuk menggali pengetahuan peserta juga agar peserta tertarik dan tidak mengantuk.

##### **2. Waktu Kegiatan**

Kegiatan pengabdian dilakukan pada:

Hari/Tanggal : Senin/ 02 -06- 2024

Waktu : 10.30 – Selesai

Lokasi: kelurahan Kebun Tebeng, Kecamatan Ratu Samban, Bengkulu

##### **3. Materi Sosialisasi**

Materi yang disampaikan mencakup poin-poin penting berikut:

- Definisi dan Fungsi Pengemasan: Meliputi fungsi proteksi, penyimpanan, kenyamanan, identitas, dan promosi.
- Jenis-Jenis Kemasan: Primer, sekunder, dan tersier beserta karakteristik dan fungsinya.
- Labelisasi Pangan: Mengacu pada PP No. 69 Tahun 1999, Peraturan BPOM No. 31 Tahun 2018, dan Peraturan No. 20 Tahun 2019, termasuk pencantuman nama produk, komposisi, masa kadaluarsa, kode produksi, dan informasi gizi.
- Prinsip Desain Kemasan: Kejelasan pesan, daya tarik visual, kejujuran, kesesuaian dengan produk dan pasar, serta fungsionalitas.
- Inovasi Kemasan: Seperti active packaging, smart packaging, biodegradable packaging, serta penggunaan material ramah lingkungan.

- Peran Strategis Kemasan dalam Branding dan Marketing: Kemasan sebagai elemen pembentuk citra merek dan pemicu keputusan pembelian.

### **Kegiatan sosialisasi**

#### **“Sosialisasi Pengemasan Produk Sesuai Standar Keamanan Pangan dan Pemanfaatannya dalam Branding dan Marketing”**

Waktu	Durasi	Acara	Penanggung jawab
10.30-10.45	15 menit	Pembukaan -Perkenalan -Pembacaan Tata Tertib -Pembacaan Rangkaian Acara	MC
10.45-11.45	60 menit	Pemaparan Materi	-Moderator -Pemateri
11.45-12.15	30 menit	Tanya jawab - Termin Pertama : Audiens bertanya - Termin Kedua : Pemateri yang bertanya ke audiens	Moderator
12.15-12.30	15 menit	Penutupan - Kesimpulan - Ucapan terima kasih - Dokumentasi	-Moderator -MC

#### **B. Tinjauan Hasil yang dicapai**

Kegiatan sosialisasi mengenai pengemasan produk sesuai standar keamanan pangan dan pemanfaatannya dalam branding serta marketing yang dilaksanakan di Kelurahan Tebeng, Kota Bengkulu, telah memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan pemahaman pelaku UMKM setempat. Para peserta yang mayoritas merupakan produsen makanan olahan dan produk lokal menunjukkan

antusiasme tinggi dalam memahami pentingnya kemasan, tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat promosi dan identitas merek. Materi sosialisasi yang disampaikan mencakup berbagai aspek teknis pengemasan, mulai dari jenis dan fungsi kemasan, desain yang sesuai dengan karakteristik produk, hingga standar pelabelan pangan yang diatur oleh peraturan pemerintah dan BPOM. Peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya mencantumkan informasi yang jelas dan tidak menyesatkan pada label produk, seperti nama produk, komposisi bahan, tanggal kedaluwarsa, berat bersih, serta nama dan alamat produsen.

Selain itu, sosialisasi ini juga membuka wawasan peserta tentang penggunaan kemasan modern yang ramah lingkungan, serta inovasi kemasan aktif dan cerdas yang dapat memperpanjang masa simpan dan menjaga kualitas produk. Pelaku UMKM di Kelurahan Tebeng mulai menyadari bahwa kemasan yang menarik dan informatif dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen sekaligus membangun citra merek yang profesional. Kesadaran terhadap pentingnya desain kemasan yang sesuai dengan target pasar juga meningkat, termasuk perlunya variasi ukuran kemasan untuk menjangkau segmen konsumen yang berbeda. Tidak kalah penting, kegiatan ini turut menumbuhkan kepedulian peserta terhadap dampak lingkungan dari bahan kemasan yang digunakan, mendorong mereka untuk mempertimbangkan alternatif kemasan yang dapat didaur ulang atau biodegradable.

Dari segi pemasaran, peserta sosialisasi memahami bahwa kemasan yang baik dapat memberikan efek psikologis positif bagi konsumen, meningkatkan nilai jual, serta memperluas jangkauan distribusi produk, baik di pasar tradisional maupun modern. Strategi visual seperti pemilihan warna, bentuk kemasan, serta kelengkapan informasi pada label diyakini dapat memperkuat daya saing produk lokal. Peserta juga mulai menyadari bahwa branding bukan sekadar nama atau logo, melainkan juga menyangkut bagaimana konsumen merasakan kualitas dan kepercayaan terhadap produk mereka—dan kemasan memegang peran sentral dalam hal ini. Dengan informasi dan wawasan yang diperoleh dari kegiatan ini, UMKM di Kelurahan Tebeng diharapkan mampu meningkatkan profesionalisme usaha, memperbaiki kualitas tampilan produk, serta menciptakan identitas merek yang kuat dan berkelanjutan.

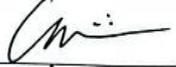
Sebagai tindak lanjut, sebagian peserta menyatakan komitmennya untuk mulai mengubah desain kemasan produknya agar lebih memenuhi standar keamanan pangan dan menarik dari sisi pemasaran. Beberapa UMKM bahkan menyampaikan minat untuk mengikuti pelatihan lanjutan terkait desain grafis kemasan dan sertifikasi produk.

Harapan ke depan, melalui sosialisasi semacam ini, produk-produk lokal dari Kelurahan Tebeng dapat bersaing secara lebih kompetitif, baik di pasar regional maupun nasional, serta mendorong peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat pelaku usaha kecil dan menengah di daerah tersebut.

## LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI

### DAFTAR HADIR PENGABDIAN MASYARAKAT KELOMPOK 6 KKN KEWIRUSAHAAN UINFAS BENGKULU

Hari/Tanggal : Senin, 02 Juni 2025

NO	NAMA	TANDA TANGAN
1	Yetri Rahmadani	
2	Lili Almaida	
3	Zahwonia Sadaruddin	
4	Devi Permata Sari	
5	NUR AFIYAH	
6	FAKHAM ZALDI	
7	SINTIYA RAHYU	
8	Redial Naku Lanya	
9	David zhe Pratama	
10	Malfi Lutfrah	
11	Wulan sumarni	
12	Wulandary	

13	Resti nurholifah	Ru
14	Anela nistiani	An
15	Teyensi	Tu
16	fahmi nurhadi	Fm
17	Etia mardiyanti	Etia
18	Ledy febrianti	La
19	Monika	Mm
20	Lidya	Lidya
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		











