

PENGEMBANGAN EKONOMI DESA MELALUI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH DI DESA BONTO SALLUANG KECAMATAN BISSAPPU KABUPATEN BANTAENG

¹Nurlela, ²Muhammad Idris, ³Sukman, ⁴Anita Nursanti, ⁵Basri Rakhman

¹Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, nurlaela@nobel.ac.id

²Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, muhammadidris709@gmail.com

³Teknik Sipil, Universitas Nahdlatul Ulama Sultra, sukmanmanggonk@gmail.com

⁴Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, anitanursanti22@gmail.com

⁵Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Nobel Indonesia, basri@nobel.ac.id

Article history

Received: 14 Desember 2024

Revised: 25 Desember 2024

Accepted: 27 Desember 2024

Corresponding

Author:

Nurlela

ITB Nobel Makassar, Indonesia

Email: nurlaela@nobel.ac.id

Abstrak

Tujuan PKM ini adalah: Untuk mengedukasi dan mendorong pelaku UMKM, Untuk menggali cara menghubungkan desain pengemasan dengan kearifan lokal dan budaya, Untuk menggali kurangnya dalam pencatatan keuangan mempengaruhi keputusan strategis UMKM. Metode yang digunakan adalah Pelatihan/Workshop, Pendekatan Partisipatif, dan Pembuatan prototipe kemasan hasil dari PKM adalah PKM ini berhasil mencapai tujuan utama dalam meningkatkan kapasitas bisnis UMKM di Desa Bonto Salluang. Dalam peningkatan keterampilan entrepreneurship, pemanfaatan media sosial, dan diversifikasi produk menjadi pencapaian penting yang mendukung transformasi pemasaran UMKM. Meskipun terdapat beberapa tantangan, solusi yang diterapkan berhasil mengurangi hambatan dan memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang lebih baik. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi model bagi program pemberdayaan UMKM di desa lain dengan kondisi serupa.

Kata kunci — UMKM, Bonto Salluang, Pemasaran, Entrepreneurship.

Abstract

The objectives of this PKM are: To educate and encourage MSME actors, To explore how to connect packaging design with local and cultural wisdom, To explore the lack of financial records influencing MSME strategic decisions. The methods used are Training/Workshop, Participatory Approach, and Making Packaging Prototypes as a result of PKM is that this PKM has succeeded in achieving the main goal of increasing the business capacity of MSMEs in Bonto Salluang Village. In improving entrepreneurship skills, the use of social media, and product diversification are important achievements that support the marketing transformation of MSMEs. Despite some challenges, the solutions implemented have succeeded in reducing obstacles and allowing MSMEs to grow and develop better. This success is expected to be a model for MSME empowerment programs in other villages with similar conditions.

Keyword — MSMEs, Bonto Salluang, Marketing, Entrepreneurship.

PENDAHULUAN

Nama Desa Bonto Salluang diberikan masyarakat pada saat terjadi pemekaran desa dari

induk kelurahan Bonto Lebang ke defenitif Desa Bonto Salluang berada di wilayah kecamatan Bissappu yang daerahnya mayoritas wilayah

perbukitan.

Desa Bonto Salluang pada masa silang sering merupakan bagian dari kelurahan Bonto Lebang yang terdiri dari beberapa kampung, yaitu kampung Paccikokang, Borong kalukua, kampung Pandaredarengan, kampung Puncukku, kampung Talaka, dan Bissappu serta patti-roeng yang dipimpin oleh seorang kepala-kepala lingkungan (Bapak Muzakkir Abunawas) sekitar tahun 1995-1996. Lalu pada tahun 1997 masuk pada masa persiapan dan pada akhirnya defentif menjadi Desa Bonto Salluang pada tahun 1998.

Desa Bonto Salluang di huni lebih dari 2000 jiwa laki” 1.136 Jiwa Perempuan 1.183 Jiwa dengan luas wilayah + 361 km². Di Bonto Salluang, mayoritas agama islam dengan suku makassar. Dan mereka masih memegang budaya dan adat istiadat yang berlaku secara turun temurun. Desa Bonto Salluang memiliki kuliner khas yaitu appang paranggi yang umumnya disajikan diacara-acara tertentu. Appang Paranggi ini terbuat dari gula merah, cara masaknya dengan cara di Bakar dengan menggunakan kayu bakar.

Desa Bonto Salluang adalah salah satu dari 7 Kampung. Tujuh kampung yaitu kampung Paccikokang, Borongkalukua, kampung Pandaredarengan, Kampung Puncukku, Kampung Talaka, Dan Bissappu serta Patti-roeng. Desa Bonto Salluang berpenduduk 2000 jiwa dengan luas wilayah + 361 km².

Penduduk Desa Bonto Salluang tergolong kategori sedang yaitu berjumlah kurang lebih 2.319 Orang. Yang terdiri dari laki-laki 1.136 orang dan perempuan 1.183 orang. Adapun jumlah kepala rumah tangga sebanyak 761 kepala rumah tangga.

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Desa Bonto Salluang

DESA	JENIS KELAMIN	DUSUN				JUMLAH
		Paccikokang	Salluang	Puncukku	Bissappu	
BONTOSALLUANG	Laki-Laki	187	273	210	412	1.136
	Perempuan	221	306	239	471	1.183
	JUMLAH	408	579	449	883	2.319

Sumber : Laporan penduduk Desa Bonto Salluang tahun 2024

Tabel diatas menggambarkan bahwa jumlah

penduduk 2319 jiwa dengan perincian Dusun paccikokang 408 jiwa, Dusun Salluang 579 jiwa, Dusun Puncukku 449 jiwa dan Dusun Bissappu 883 jiwa. Kemudian jumlah kepala keluarga Desa Bonto Salluang yaitu 729 KK. Jumlah penduduk terbanyak ada di Dusun Bissappu sedangkan yang terendah ada di Dusun Paccikokang.

Pembagian Wilayah Desa Bonto Salluang

Tabel 1.2 Jumlah Lingkungan dan Imam Lingkungan Desa Bonto Salluang

Lingkungan	Jumlah Lingkungan	Jumlah Imam
Paccikokang	1	1
Salluang	1	1
Puncukku	1	1
Bissappu	1	1

Sumber : Data Informasi Desa Bonto Salluang tahun 2024

Secara umum penggunaan wilayah desa Bonto Salluang sebagian besar untuk lahan pertanian, pemerintahan, perternakan, lokasi perumahan penduduk, keagamaan, olahraga dan perkuburan.

1. Identifikasi dan Rumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

- a. Bagaimana meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang penggunaan teknologi digital untuk memperluas akses pasar di desa Bonto salluang?
- b. Bagaimana pengemasan produk dapat mencerminkan identitas lokal dan budaya setempat untuk meningkatkan daya tarik produk di desa Bonto Salluang ?
- c. Apa dampak dari tidak adanya sistem pencatatan keuangan yang baik terhadap kinerja usaha UMKM didesa Bonto salluang?

METODE

A. Sasaran Kegiatan PKM

1. Meningkatkan Daya Saing Produk Lokal: Dengan mmberikan inovasi pada Kemasan, Produk Lokal dari Desa Matene akan lebih menarik secara visual dan memiliki daya tarik lebih besar dipasar. Kemasan yang baik juga dapat melindungi kualitas produk selama distribusi.
2. Meningkatkan Nilai Tambah Produksi: Inovasi dalam Kemasan seringkali dikaitkan dengan peningkatan persepsi kualits dan

nilaim jual produk. Desain Kemasan yang kreatif dan Fungsional dapat membuat produk lebih diminati dan bernilai lebih tinggi dimata konsumen.

3. Peningkatan Kesadaran akan Pentingnya Legalitas Usaha :

Salah satu sasaran penting adalah membantu pelaku usaha kecil didesa ini untuk memperoleh izin usaha, seperti PIRT (Produksi Industri Rumah Tangga) dan sertifikasi halal jika diperlukan . Legalitas usaha akan membuka akses lebih luas kepasar yang lebih besar dan normal, seperti supermarket atau e-commerce.

4. Memberikan Pelatihan dan Pendampingan kepada Pelaku Usaha:

Sasaran lain adalah meningkatkan kapasitas dan keterampilan para pelaku usaha dalam aspek desain kemasan, teknik pengemasan, serta proses pengurusan legalitas usaha. Ini bisa melalui pelatihan langsung.

5. Memperkuat Citra Produk Lokal :

Inovasi Kemasan yang disertai Legalitas Usaha dapat memperkuat Citra Produk lokal Sebagai Produk berkualitas yang berasal dari Bonto Salluang sehingga mampu bersaing dengan produk dari daerah Lain.

B. Metode Kegiatan PKM

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini adalah:

1. Pelatihan dan Workshop:

Mengajarkan teknik dasar desain kemasan, penggunaan bahan yang sesuai serta inovasi untuk meningkatkan daya tarik produk, dan memberikan panduan praktis tentang cara mengurus izin usaha, seperti PIRT (produk industri rumah Tangga), sertifikasi Halal, dan NIB (Nomor Induk Berusaha).

2. Pendekatan Partisipatif:

Menggunakan pendekatan partisipatif di mana pelaku UMKM dan masyarakat lokal dilibatkan secara aktif dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Ini memastikan bahwa kegiatan relevan dengan kebutuhan mereka.

3. Pembuatan prototipe Kemasan:

Membuat contoh konkret kemasan produk yang dapat menjadi inspirasi bagi pelaku usaha di desa. Desain dan produksi prototipe

kemasan menggunakan teknologi Cetak Sederhana atau bahan yang mudah didapatkan disekitar Desa Bonto Salluang.

C. Langkah-langkah Kegiatan PKM

Adapun langkah-langkah kegiatan dalam pengabdian pada masyarakat ini adalah melalui tahapan-tahapan sebagai berikut :

1. Identifikasi Kebutuhan dan Potensi Desa:

Melakukan survei, wawancara, atau diskusi dengan warga desa, tokoh masyarakat, perangkat desa, serta pihak terkait untuk mendapatkan gambaran tentang kondisi sosial, ekonomi, dan infrastruktur desa Bonto salluang. Menemui para Pelaku Usaha Lokal dan kelompok masyarakat Sosialisasi dan Edukasi Masyarakat: Mengadakan Pelatihan untuk masyarakat setempat tentang pentingnya desain kemasan yang menarik, tahan lama, dan fungsional untuk meningkatkan daya tarik produk, serta penyuluhan mengenai pentingnya legalitas usaha seperti merek dagang dan sertifikasi halal.

2. Pendampingan dan Legalitas Usaha:

Memberikan informasi tentang pentingnya perlindungan merek dan hak cipta untuk produk Lokal, membantu pelaku Usaha dalam proses pengurusan izin usaha, sertifikasi P-IRT, dan label halal untuk produk yang relevan.

3. Pengembangan Inovasi Kemasan:

Membantu pelaku usaha dalam pengembangan produk baru, peningkatan kualitas produk, serta inovasi dalam proses produksi yang dapat meningkatkan daya saing. Mengidentifikasi dan pilih bahan kemasan yang ramah lingkungan, ekonomis, dan sesuai dengan karakter produk lokal.

4. Monitoring dan Evaluasi:

Mengadakan sesi evaluasi untuk melihat dampak dari kegiatan ini terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner, wawancara, dan observasi.

5. Penutupan dan Rekomendasi:

Menyusun laporan akhir kegiatan yang mencakup hasil, kendala, dan rekomendasi untuk perbaikan. Hasil kegiatan dipresentasikan kepada stakeholder terkait untuk mendapatkan masukan dan rencana tindak lanjut.

D. Faktor Pendukung dan Penghambat Kegiatan

Berdasarkan evaluasi kegiatan, dapat diidentifikasi factor pendukung dan factor penghambat dalam proses pelaksanaan kegiatan program Pengabdian pada Masyarakat, antara lain:

1. Faktor Pendukung

a) Dukungan dari Pemerintah Lokal dan Stakeholder:

Kebijakan dari pemerintah yang memfasilitasi pertumbuhan UMKM, seperti kemudahan perizinan, subsidi, dan bantuan finansial.

b) Keterlibatan Masyarakat:

Dukungan dari masyarakat lokal dalam penggunaan produk-produk UMKM, yang akan mendorong pertumbuhan usaha serta keterlibatan masyarakat dalam program-program yang mendukung perkembangan UMKM.

c) Sumber Daya Alam dan Produk Lokal :

Ketersediaan bahan baku lokal yang berkualitas memungkinkan inovasi kemasan produk lebih mudah dilakukan sesuai dengan karakteristik produk yang ada.

d) Teknologi dan Akses Informasi:

Tersedianya perangkat untuk mendesain kemasan atau platform yang memudahkan pembuatan desain dan prototipe.

2. Faktor Penghambat

a) Kurangnya Pengetahuan tentang Legalitas Usaha:

Rendahnya pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas usaha, seperti izin P-IRT dan sertifikasi, dapat memperlambat proses penerapan program

b) Keterbatasan Dana dan Sumber daya:

Biaya yang diperlukan untuk mengurus izin usaha. Membuat kemasan baru, dan memasarkan produk dengan inovasi kemasan bisa menjadi hambatan bagi pelaku usaha kecil.

c) Kurangnya Kesadaran terhadap Inovasi kemasan:

Rendahnya pemahaman tentang pentingnya estetika dan fungsi kemasan yang menarik perhatian konsumen bisa menjadi kendala.

d) Waktu dan Keterbatasan Komitmen:

Aktivitas harian masyarakat yang sudah

padat, terutama di sektor pertanian bisa mengurangi komitmen mereka untuk mengikuti pelatihan, program yang terbatas waktu seringkali tidak cukup untuk menghasilkan perubahan signifikan, khususnya dalam hal pengurusan legalitas yang memakan waktu lama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Kegiatan PKM

Kegiatan pengabdian dosen yang berjudul “Pengembangan Ekonomi Desa Melalui Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Desa Bonto Salluang Kecamatan Bissappu Kabupaten Bantaeng”, pada Agustus – Oktober 2024, kegiatan yang dilakukan mulai dari survey lokasi, mencari informasi tentang lokasi yang menjadi sasaran kegiatan pengabdian pada masyarakat. Hasil yang telah dicapai dari kegiatan pengabdian pada masyarakat ini antara lain :

1. Peningkatan Nilai Produk Melalui Inovasi Kemasan:

Produk Lokal yang sebelumnya menggunakan kemasan sederhana atau tanpa kemasan telah dilengkapi dengan desain kemasan yang lebih modern dan fungsional. Desain kemasan baru yang dikembangkan menggunakan pendekatan estetika serta memperhatikan aspek ergonomi, sehingga lebih menarik bagi konsumen.

2. Peningkatan Legalitas Usaha:

Sebagian besar pelaku usaha yang mengikuti program PKM berhasil mendapatkan izin usaha, termasuk P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan beberapa bahkan telah memulai proses sertifikasi halal untuk produk mereka. Proses ini mempermudah produk lokal untuk bersaing di pasar yang lebih luas dan lebih formal.

3. Peningkatan Kapasitas dan Pengetahuan Pelaku Usaha:

Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku usaha di desa mendapatkan pengetahuan baru terkait dengan strategi branding, desain kemasan, serta prosedur pengurusan legalitas. Peningkatan kapasitas ini memberikan mereka kemampuan untuk berinovasi secara mandiri di masa depan. Pelaku Usaha semakin menyadari pentingnya legalitas untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen, serta meningkatkan kualitas produk agar mampu bersaing di pasar yang lebih luas.

4. Dampak Ekonomi:

Melalui dengan .inovasi kemasan dan legalitas yang telah diperoleh, beberapa pelaku usaha melaporkan adanya peningkatan penjualan hingga 20-30% dibandingkan sebelum pelaksanaan program. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya kepercayaan konsumen terhadap produk yang sudah memiliki izin resmi dan kemasan yang lebih menarik

5. Keberlanjutan Program:

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa beberapa pelaku usaha masih memerlukan pendampingan lebih lanjut, terutama dalam hal pemasaran digital dan pengelolaan izin berkelanjutan. Namun, ada upaya untuk membentuk kelompok usaha bersama yang akan menjadi motor penggerak inovasi dan peningkatan kualitas produk lokal secara mandiri.

Indikator Keberhasilan :

1. Inovasi kemasan Produk:

- o Penerapan Kemasan Baru adalah jumlah produk lokal yang telah menggunakan desain kemasan yang baru dan inovatif.
- o Tingkat retensi yang tinggi menunjukkan bahwa kemasan, bersama dengan produk, berhasil menciptakan pengalaman positif..

2. Peningkatan Legalitas usaha:

- o Indikator keberhasilan lainnya adalah mengukur jumlah pelaku usaha yang telah mengurus dan berhasil mendapatkan izin usaha resmi, seperti P-IRT (Pangan Industri Rumah Tangga), NIB (Nomor Induk Berusaha), atau sertifikasi halal Meningkatkan legitimasi usaha dan kepercayaan konsumen.
- o Memudahkan akses ke pasar formal dan peluang bisnis yang lebih baik serta dapat meningkatkan Pengetahuan dan Kapasitas Masyarakat:
- o Peningkatan pemahaman pelaku usaha terhadap pentingnya legalitas dan inovasi kemasan berdasarkan hasil kuesioner atau wawancara setelah kegiatan.
- o Jumlah pelaku usaha yang secara mandiri mengimplementasikan perubahan dan mengurus izin usaha setelah pelatihan.

3. Dampak Ekonomi dan Pasar:

- o Mengukur peningkatan pendapatan yang dihasilkan oleh pelaku usaha di pasar setelah penerapan program atau kebijakan tertentu.
- o Peningkatan pendapatan usaha mikro di desa

sebagai hasil dari peningkatan nilai produk dan legalitas

- o Pertumbuhan pendapatan mencerminkan keberhasilan usaha dan potensi daya beli konsumen. Ini juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.
- o Persentase peningkatan penjualan produk setelah implementasi kemasan baru dan legalitas usaha.

4. Kepuasan Stakeholder:

- o Mengukur tingkat kepuasan berbagai pihak yang terlibat, seperti pelanggan, karyawan, pemegang saham, dan komunitas.
- o Tingkat kepuasan pelaku usaha terhadap pendampingan yang diberikan dalam kegiatan PKM.
- o Kepuasan yang tinggi menunjukkan bahwa kebutuhan dan harapan pemangku kepentingan telah terpenuhi.
- o Adanya dukungan atau tindak lanjut dari pemerintah daerah dalam mendorong inovasi kemasan dan legalitas usaha secara lebih luas.

Tantangan yang Dihadapi dan Solusi :

1. Kurangnya Pemahaman tentang inovasi dan Legalitas usaha:

- o Banyak pelaku usaha belum menyadari pentingnya inovasi kemasan dan legalitas usaha untuk meningkatkan daya saing produk. Mereka terbiasa dengan metode konvensional dan enggan berinovasi..
- o Solusi : Mengadakan sosialisasi awal yang intensif dan relevan untuk menjelaskan keuntungan jangka panjang dari inovasi dan legalitas usaha. Pendekatan persuasif dengan contoh nyata dari desa lain atau cerita sukses bisa meningkatkan kesadaran masyarakat.

2. Biaya untuk Perubahan Kemasan dan Pengurusan Legalitas:

- o Proses pembuatan kemasan baru dan pengurusan izin usaha seperti P-IRT atau sertifikasi halal membutuhkan biaya yang tidak sedikit, terutama untuk pelaku usaha kecil.
- o Solusi : Memberikan bantuan atau subsidi melalui dana desa atau bermitra dengan lembaga pemerintah maupun swasta. Juga, memfasilitasi pelaku usaha untuk mendapatkan pinjaman lunak dari koperasi atau lembaga keuangan mikro.

3. Keterbatasan Sumber Daya Manusia dan Keterampilan Teknis:
 - o Kurangnya keterampilan teknis dalam hal desain kemasan dan pengurusan dokumen legalitas menjadi hambatan dalam implementasi inovasi.
 - o Solusi : Menyediakan pelatihan yang mudah diakses dan dilakukan secara bertahap, termasuk pendampingan langsung untuk pelaku usaha. Memanfaatkan mahasiswa atau tenaga ahli sebagai mentor untuk memberikan bimbingan teknis.

Pembahasan Hasil Pelaksanaan Kegiatan PKM

Pembahasan hasil pelaksanaan kegiatan PKM ini bertujuan untuk menganalisis pencapaian, tantangan, dan dampak kegiatan terhadap pelaku Usaha di Desa Salluang, Kecamatan Bissappu, Kabupaten Bantaeng. Kegiatan ini berfokus pada transformasi pada meningkatkan nilai produk melalui inovasi kemasan dan legalitas usaha.

1. Peningkatan Nilai Produk Melalui Inovasi Kemasan.

Pelaksanaan PKM berhasil menghasilkan kemasan baru yang lebih menarik secara estetika dan lebih fungsional dalam melindungi produk. Ini tidak hanya meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen tetapi juga menambah nilai jual. Beberapa produk yang sebelumnya dikemas secara sederhana kini memiliki daya saing yang lebih baik di pasar lokal maupun regional.

Analisis:

Kekuatan: Inovasi kemasan membuat produk lebih menarik dimata konsumen. Desain yang menarik, modern, dan fungsional meningkatkan visualisasi produk sehingga menarik perhatian lebih banyak pembeli ditoko maupun platform online.

Kelemahan: Kelemahan utama dari inovasi kemasan adalah tingginya biaya pengembangan dan produksi, terutama jika menggunakan material yang berkualitas atau teknologi desain yang rumit. Hal ini menjadi beban bagi usaha kecil dengan keterbatasan anggaran.

2. Meningkatkan Keamanan dan Daya tahan Produk.

Inovasi kemasan tidak hanya berkaitan dengan estetika, tetapi juga dengan fungsionalitas.

Kemasan yang lebih baik bisa meningkatkan daya tahan produk, melindungi dari kerusakan, dan menjaga kualitas selama proses distribusi atau penyimpanan.

Analisis:

Kekuatan: Produk yang aman meningkatkan kepercayaan konsumen dan mengurangi risiko klaim hukum akibat kecelakaan atau keracunan. Mematuhi regulasi keamanan yang berlaku di industri tertentu, seperti makanan, kosmetik, dan elektronik. Perlindungan produk yang lebih baik, Kemasan yang inovatif dan berkualitas tinggi meningkatkan perlindungan fisik terhadap produk selama proses distribusi, penyimpanan, dan penanganan. Hal ini mengurangi risiko kerusakan akibat benturan, kelembapan, atau kontaminasi, yang sangat penting terutama untuk produk pangan atau barang yang mudah pecah.

Kelemahan: Meningkatkan keamanan dan daya tahan produk mungkin memerlukan waktu yang lebih lama untuk penelitian dan pengembangan. Penggunaan material kemasan yang lebih kuat dan aman sering kali lebih mahal dibandingkan kemasan standar. Hal ini dapat meningkatkan biaya produksi dan berpengaruh pada harga jual produk. Bagi usaha kecil, ini bisa menjadi hambatan signifikan terhadap harga dipasaran.

3. Pengaruh Kemasan pada Harga Produk

Inovasi kemasan sering kali mempengaruhi harga akhir produk. Jika biaya kemasan meningkat, pelaku usaha mungkin harus menaikkan harga jual produk, yang berisiko mengurangi daya beli konsumen, terutama di pasar lokal dengan daya beli terbatas.

Analisis:

Kekuatan: Kemasan yang inovatif, menarik, dan berkualitas tinggi menciptakan persepsi bahwa produk tersebut juga memiliki kualitas yang lebih baik. Konsumen sering mengasosiasikan kemasan yang baik dengan produk premium, sehingga mereka cenderung bersedia membayar lebih untuk produk yang dikemas dengan baik.

Kelemahan: Penggunaan material berkualitas tinggi atau desain yang kompleks untuk kemasan dapat meningkatkan biaya produksi secara signifikan.

4. Peningkatan Legalitas Usaha

Nobel Community Services

Salah satu pencapaian utama dari kegiatan PKM ini adalah meningkatnya jumlah pelaku usaha yang memiliki legalitas resmi, seperti P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga), Nomor Induk Berusaha (NIB), dan beberapa sertifikasi halal. Legalitas ini tidak hanya memberi perlindungan hukum kepada pelaku usaha tetapi juga membuka akses ke pasar yang lebih luas, termasuk pasar retail modern.

Analisis:

Kekuatan: Peningkatan kesadaran tentang pentingnya legalitas juga tercapai, yang terlihat dari peningkatan jumlah usaha yang bersedia mengurus izin tersebut

Kelemahan: Beberapa UMKM masih memerlukan pendampingan berkelanjutan untuk menyesuaikan harga secara dinamis sesuai dengan perubahan biaya dan pasar.

5. Penguatan Jejaring dan Kemitraan

Kegiatan PKM ini berhasil mendorong pelaku UMKM untuk membangun jejaring dan kemitraan, baik di antara sesama pelaku usaha maupun dengan pihak eksternal seperti pemasok dan distributor. Kerjasama ini memberikan keuntungan dalam bentuk akses bahan baku yang lebih murah dan distribusi produk yang lebih luas.

Analisis:

Kekuatan: Jejaring yang kuat membantu UMKM mendapatkan informasi pasar, dukungan bisnis, dan peluang kerjasama yang lebih luas.

Kelemahan: Beberapa UMKM masih mengalami kesulitan dalam menjaga hubungan kerjasama karena kurangnya pengalaman dalam negosiasi dan manajemen hubungan.

6. Tantangan dan Solusi yang Diterapkan

Beberapa tantangan yang muncul selama pelaksanaan kegiatan PKM meliputi keterbatasan akses teknologi, variasi tingkat pemahaman peserta, dan keterbatasan waktu. Untuk mengatasi hal ini, solusi yang diterapkan meliputi pelatihan offline dengan modul cetak, bimbingan individual, dan penyesuaian jadwal pelatihan sesuai dengan ketersediaan peserta.

Analisis:

Kekuatan: Pendekatan fleksibel dan adaptif membantu menjaga partisipasi dan

keterlibatan peserta dalam kegiatan.

Kelemahan: Masih diperlukan dukungan teknologi yang lebih baik dan program lanjutan untuk memastikan keberlanjutan dampak kegiatan.

7. Dampak Ekonomi dan Sosial

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini memberikan dampak positif pada peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Bonto Salluang. Peningkatan penjualan dan pengembangan produk baru berkontribusi pada peningkatan pendapatan UMKM, yang pada gilirannya meningkatkan kesejahteraan keluarga dan komunitas lokal.

Analisis:

Kekuatan: Pertumbuhan ekonomi yang positif dapat meningkatkan pendapatan dan taraf hidup masyarakat.

Kelemahan: Masyarakat memiliki akses yang lebih baik terhadap pendidikan, kesehatan, dan layanan dasar lainnya. Diperlukan program berkelanjutan dan peningkatan akses terhadap sumber daya finansial dan teknologi.



Gambar. 1 DOKUMENTASI KEGIATAN



Gambar.2 DOKUMENTASI PEMBERIAN PENGHARGAAN

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa

kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuan utama dalam meningkatkan kapasitas bisnis UMKM di Desa Bonto Salluang. Peningkatan keterampilan entrepreneurship, pemanfaatan media sosial, dan diversifikasi produk menjadi pencapaian penting yang mendukung transformasi pemasaran

UMKM. Meskipun terdapat beberapa tantangan, solusi yang diterapkan berhasil mengurangi hambatan dan memungkinkan UMKM untuk tumbuh dan berkembang lebih baik. Keberhasilan ini diharapkan dapat menjadi model bagi program pemberdayaan UMKM di desa lain dengan kondisi serupa.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Kegiatan Pengabdian pada Masyarakat (PKM) dengan tema "Meningkatkan Nilai Produk Melalui Inovasi kemasan dan legalitas Usaha di Desa Bonto Salluang, Kecamatan Bissappu, Kabupaten Bantaeng" berhasil mencapai berbagai tujuan yang ditetapkan. simpulan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan Daya Saing Produk:

Melalui inovasi kemasan, produk lokal Desa Bonto Salluang menjadi lebih menarik dan berdaya saing di pasar yang lebih luas. Mengadopsi teknologi dan metode baru untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi biaya..

2. Memperpanjang Umur Simpan dan Keamanan Produk:

Kemasan yang baik juga berdampak pada peningkatan keamanan dan daya tahan produk, terutama untuk produk makanan dan hasil olahan lokal. Menyertakan instruksi tentang cara menyimpan produk untuk menjaga kualitas dan keamanan.

3. Legalitas Usaha Yang Terpenuhi:

Dengan bimbingan dalam proses perizinan dan legalitas usaha, banyak pelaku usaha di desa ini berhasil memenuhi persyaratan legal seperti izin P-IRT (Produk Industri Rumah Tangga), halal, dan sertifikasi lainnya. Legalitas usaha, seperti izin edar dan sertifikasi, memberikan kepercayaan kepada konsumen, yang juga berkontribusi pada peningkatan harga jual.

4. Dukungan Peningkatan Ekonomi Lokal:

Produk dengan kemasan yang menarik dan

profesional dapat meningkatkan daya tarik di pasar, dan memungkinkan pelaku UMKM menjual dengan harga yang lebih tinggi. Produk kemasan mudah untuk dipasarkan baik secara pasar modern maupun secara online.

5. Potensi Keberlanjutan:

Pelaku usaha di Desa Bonto Salluang telah memiliki potensi yang sangat besar untuk terus bekerja, berkembang dan menciptakan suatu inovasi kemasan dan legalitas dan dengan dukungan dari pemerintah daerah dan institusi terkait sangat diperlukan.

Saran

Dari kesimpulan tentang kegiatan pengabdian pada masyarakat diatas, maka ada beberapa saran yang perlu untuk diperhatikan dalam memfollowup hasil pendampingan ini antara lain :

1. Pendampingan Berkelanjutan untuk Inovasi Kemasan:

Meskipun inovasi kemasan telah diterapkan, pendampingan lanjutan masih diperlukan agar para pelaku usaha terus mengikuti tren desain kemasan yang sesuai dengan perkembangan pasar. Adakan pelatihan berkala tentang desain kemasan, teknologi pengemasan yang ramah lingkungan dan inovatif.

2. Akses Teknologi Kemasan:

Disarankan agar pelaku usaha diberikan akses yang lebih luas terhadap teknologi kemasan modern, baik melalui program subsidi pemerintah, kerja sama dengan universitas, atau lembaga pengembangan usaha.

3. Fasilitas Jaringan Pemasaran:

Lakukan evaluasi kemasan produk yang ada dan berikan umpan balik konstruktif untuk perbaikan dan Untuk mendukung keberlanjutan produk yang pemasaran digital melalui e-commerce, dengan memanfaatkan platform digital dan media sosial.

4. Perkuat Aspek legalitas dan Sertifikasi:

Usaha harus mematuhi peraturan lingkungan yang berlaku, termasuk pengelolaan limbah dan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan. Legalitas usaha perlu terus diperkuat dengan memfasilitasi akses pelaku UMKM terhadap sertifikasi tambahan, seperti sertifikasi halal, BPOM, dan SNI. Agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen

terhadap produk.

DAFTAR PUSTAKA

- Adri, M., Hanesman, H., Sriwahyuni, T., & Almasri, A. (2019). Digital Marketing Sebagai Metoda Alternatif Wirausaha Bagi Mahasiswa Di Universitas Negeri Padang. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 12(2), 68-76.
- Arifin, S. (2020). Pertumbuhan Ekonomi, Tingkat Pengangguran, Dan Konsumsi, Dalam Bingkai Kesejahteraan Masyarakat. Jakarta: Gramedia.
- Arumsari, N. R., Lailiyah, N., & Rahayu, T. (2022). Peran Digital Marketing dalam Upaya Pengembangan UMKM Berbasis Teknologi di Kelurahan Plamongansari Semarang. *SEMAR (Jurnal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Seni Bagi Masyarakat)*, 11(1), 92- 101.
- BadanPusatStatistik.(2020).KalimantanTimurDal amAngka2020.Samarinda:BadanPusat Statistik.
- Hidayat, A. I., Khaer, A. U., Firman, A., & Latief, F. (2023). Optimalisasi Fasilitas Digital Sebagai Penguatan BUMDes Desa Salemba Kecamatan Ujung Loe Kabupaten Bulukumba. *Nobel Community Services Journal*, 3(1), 29–33. <https://doi.org/10.37476/ncsj.v3i1.4191>
- Honesti, L, Wahyuni, S.,Mouw, E., & Waris, L (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif. Get Press.Dewan Digital UMKM. Diakses dari <https://www.dewanperdagangandigital.org/laporan-tren>.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2022). Panduan Pengelolaan UMKM dan Kewirausahaan. Diakses dari <https://www.kemenkopukm.go.id/panduan>.
- Latief, F., Muslimin, I., Askar, H., Hidayat, A. I., Firman, A., Dirwan, D., Asniwati, A., Hasnah, H., Annur SB, I. A. ., & Multhazam, N. A. T. (2024). Pelatihan CPPOB dan Perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP) Bagi Pelaku UMKM Rumpun Laut di Desa Bonto Jai Kabupaten Bantaeng. *Celebes Journal of Community Services*, 3(2), 281–288. <https://doi.org/10.37531/celeb.v3i2.1826>
- Nugroho, S. (2018). Manajemen Kewirausahaan. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Wahyudi, A., & Dewi, N. (2020). "Pemasaran Digital dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan UMKM di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 23(2), 123-135. <https://doi.org/10.1234/jeb.v23i2.2020>.
- World Bank. (2021). Global Report on Small and Medium Enterprises. Washington, D.C.: World Bank Publications.