

## Peningkatan Daya Saing UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk dengan Teknologi Vacuum Sealer dan Labelisasi

Najiatun <sup>1\*</sup>, As'adi Khas <sup>2</sup>, Jannatul Firdaus <sup>3</sup>, Nur Diana Khalida <sup>4</sup>, Wakik <sup>5</sup>, Nurul Hidayat <sup>6</sup>

<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6</sup> Manajemen, Universitas Bahaudin Mudhary Madura, Jl. Raya Lenteng, No. 10 Batuan, Sumenep – Madura, 69451, Indonesia

E-mail: [najiatun@unibamadura.ac.id](mailto:najiatun@unibamadura.ac.id)

\*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2822>

### ARTICLE INFO

### ABSTRACT

#### Article history

Received: 10 August 2025

Revised: 26 August 2025

Accepted: 20 September 2025

#### Kata Kunci:

UMKM, camilan khas Madura, pengemasan, vacuum sealer, labelisasi.

#### Keywords:

MSMEs, Madurese traditional snacks, packaging, vacuum sealer, labeling.



UMKM camilan khas Madura memiliki potensi besar dalam menggerakkan perekonomian lokal, namun menghadapi kendala serius pada aspek pengemasan. Kemasan yang masih sederhana menyebabkan produk tidak tahan lama, kurang higienis, dan sulit menembus pasar modern. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pelatihan dan pendampingan pengemasan produk dengan teknologi vacuum sealer serta penerapan labelisasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, meliputi identifikasi masalah, pelatihan teknis, pendampingan praktik, dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya perubahan signifikan dibandingkan sebelum program. Sebelum intervensi, daya simpan produk rata-rata hanya 3–5 hari, kemasan tidak kedap udara, dan mayoritas tidak memiliki label standar. Setelah pelatihan, daya simpan meningkat menjadi 15–20 hari, kemasan lebih higienis dan menarik, serta seluruh produk dilengkapi label informatif sesuai standar pasar modern. Dampak positif juga terlihat dari peningkatan kepercayaan diri pelaku usaha dan kenaikan penjualan rata-rata hingga 30%. Dengan demikian, penerapan teknologi vacuum sealer dan labelisasi terbukti efektif dalam meningkatkan kualitas produk, memperkuat branding, dan membuka akses UMKM camilan khas Madura menuju pasar yang lebih luas.

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a strategic role in the Madura snack MSMEs have significant potential to drive the local economy, but face serious challenges in packaging. Simple packaging results in products that are not durable, less hygienic, and make it difficult to penetrate the modern market. This community service program aims to increase the competitiveness of MSMEs through training and mentoring on product packaging using vacuum sealer technology and the application of labeling. The method used was a participatory approach, including problem identification, technical training, practical mentoring, and evaluation. The results showed significant changes compared to before the program. Before the intervention, the average product shelf life was only 3–5 days, the packaging was not airtight, and the majority lacked standard labels. After the training, shelf life increased to 15–20 days, the packaging became more hygienic and attractive, and all products were equipped with informative labels that meet modern market standards. Positive impacts were also seen in increased business confidence and an average increase in sales of up to 30%. Thus, the application of vacuum sealer technology and labeling has proven effective in improving product quality, strengthening branding, and opening access for Madurese snack MSMEs to a wider market.*



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

**How to Cite:** Najiatun, et al (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk dengan Teknologi Vacuum Sealer dan Labelisasi , 4 (1) 6435-6439. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2822>

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia. Data Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa lebih dari 64 juta unit UMKM berkontribusi terhadap 60% Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Kemenkop UKM, 2021). Di Madura, UMKM berbasis pangan, khususnya camilan khas daerah, memiliki potensi besar untuk dikembangkan karena berbasis kearifan lokal serta memiliki pasar yang luas, baik lokal maupun nasional. Namun, salah satu kendala utama yang dihadapi UMKM camilan khas Madura adalah aspek kemasan produk yang masih sederhana dan kurang memenuhi standar daya saing.

Pengemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah, tetapi juga berperan penting dalam melindungi produk, memperpanjang umur simpan, serta meningkatkan daya tarik di mata konsumen (Suryana, 2019). Mayoritas pelaku UMKM camilan di Madura masih menggunakan plastik konvensional tanpa teknologi pengemasan modern, sehingga produk cepat mengalami penurunan kualitas, terutama dari sisi kerenyahan dan daya simpan. Hal ini berpengaruh pada rendahnya kepercayaan konsumen dan keterbatasan distribusi produk ke pasar yang lebih luas.

Penggunaan teknologi vacuum sealer menjadi salah satu solusi strategis dalam meningkatkan kualitas pengemasan produk. Teknologi ini mampu mengurangi kadar oksigen dalam kemasan sehingga memperlambat pertumbuhan mikroorganisme dan menjaga kesegaran produk lebih lama (Handayani & Susanto, 2020). Dengan demikian, camilan khas Madura yang umumnya berbahan dasar tepung dan digoreng dapat memiliki umur simpan yang lebih panjang dan kualitas rasa yang lebih konsisten.

Selain aspek teknis, labelisasi produk juga memiliki peran penting dalam membangun citra merek (branding) UMKM. Label tidak hanya sebagai identitas, tetapi juga media informasi bagi konsumen terkait komposisi, izin edar, dan nilai gizi. Menurut Hidayat dan Pratiwi (2021), labelisasi yang baik dapat meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mempermudah akses ke pasar modern yang mensyaratkan standar tertentu.

Melalui program pelatihan dan pendampingan pengemasan dengan vacuum sealer serta labelisasi, UMKM camilan khas Madura diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan aspek fungsional (kualitas dan ketahanan produk), tetapi juga aspek estetika dan kredibilitas di mata konsumen. Dengan pengemasan yang inovatif dan label yang informatif, produk camilan khas Madura dapat menembus pasar yang lebih luas, baik di tingkat regional maupun nasional.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini menjadi relevan dalam rangka mendorong transformasi UMKM camilan khas Madura menuju usaha yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan di era ekonomi digital.

## METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan **partisipatif** dengan model pelatihan dan pendampingan yang berorientasi pada kebutuhan mitra. Metode ini dipilih karena terbukti efektif dalam meningkatkan keterampilan praktis pelaku UMKM serta mendorong kemandirian mereka dalam mengadopsi teknologi baru (Slamet, 2018).

### 1. Tahap Persiapan

Pada tahap awal dilakukan identifikasi permasalahan UMKM camilan khas Madura melalui wawancara dan observasi langsung. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa mitra memiliki kendala dalam pengemasan produk, khususnya terkait daya simpan dan estetika. Berdasarkan temuan tersebut, tim pengabdian menyiapkan modul pelatihan mengenai penggunaan **vacuum sealer** serta materi labelisasi produk sesuai standar yang berlaku. Penyusunan modul ini penting agar proses pelatihan berjalan terstruktur dan mudah dipahami oleh peserta (Hidayat & Pratiwi, 2021).

### 2. Tahap Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop yang melibatkan praktik langsung penggunaan mesin vacuum sealer untuk pengemasan camilan khas Madura. Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai prinsip kerja vacuum sealer, manfaatnya terhadap daya simpan produk, serta cara

perawatan alat. Selain itu, peserta juga memperoleh materi mengenai desain label produk yang sesuai dengan identitas lokal dan regulasi pasar modern. Menurut Handayani dan Susanto (2020), pelatihan berbasis praktik langsung mampu meningkatkan keterampilan teknis peserta lebih efektif dibandingkan hanya dengan teori.

**3. Tahap Pendampingan**

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan secara intensif kepada pelaku UMKM. Pendampingan ini mencakup bimbingan dalam mengoperasikan vacuum sealer secara mandiri, evaluasi hasil pengemasan, serta pendesainan label yang sesuai dengan karakteristik produk dan preferensi konsumen. Pendampingan berfungsi untuk memastikan peserta benar-benar mampu menerapkan pengetahuan yang diperoleh serta meminimalisasi kesalahan dalam praktik (Suryana, 2019).

**4. Tahap Evaluasi**

Evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan program melalui indikator peningkatan keterampilan peserta, kualitas kemasan produk, serta persepsi awal konsumen terhadap produk yang dikemas dengan teknologi vacuum sealer dan labelisasi baru. Evaluasi dilakukan menggunakan kuesioner sederhana dan diskusi kelompok terfokus (focus group discussion). Hasil evaluasi ini juga menjadi dasar rekomendasi pengembangan lebih lanjut.]

Dengan tahapan tersebut, metode pengabdian ini diharapkan dapat menghasilkan peningkatan signifikan pada daya saing UMKM camilan khas Madura, baik dari aspek kualitas produk maupun citra merek.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pengemasan produk dengan teknologi *vacuum sealer* serta labelisasi bagi UMKM camilan khas Madura menunjukkan perubahan nyata dibandingkan kondisi sebelum program. Sebelum kegiatan ini dilakukan, sebagian besar pelaku UMKM masih menggunakan plastik biasa dengan cara penyegelan manual. Kemasan yang digunakan relatif tipis, tidak kedap udara, dan tidak mampu menjaga kualitas produk dalam jangka waktu lama. Produk camilan, seperti keripik atau kacang, umumnya hanya bertahan antara 3–5 hari sebelum tekstur melempem. Selain itu, sebagian besar UMKM tidak memiliki label yang informatif. Label yang digunakan cenderung seadanya, hanya berupa tulisan nama produk tanpa mencantumkan informasi penting seperti komposisi bahan, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, maupun izin edar. Kondisi ini berdampak pada rendahnya daya tarik produk di pasar modern dan menimbulkan keterbatasan dalam memperluas distribusi. Temuan ini sejalan dengan Suryani (2019), yang menyebutkan bahwa kelemahan paling menonjol UMKM adalah kualitas kemasan yang tidak sesuai standar pasar.

Setelah program pelatihan dan pendampingan, terjadi peningkatan signifikan baik dari sisi teknis pengemasan maupun citra produk. Penggunaan *vacuum sealer* terbukti mampu memperpanjang masa simpan produk hingga 2–3 minggu, bahkan lebih, dengan tetap menjaga kerenyahan dan kualitas rasa. Mayoritas peserta (85%) melaporkan bahwa produk mereka tidak cepat melempem, sehingga memungkinkan untuk dipasarkan di luar daerah melalui toko oleh-oleh dan platform digital. Perubahan ini sejalan dengan pendapat Purwanto dan Santoso (2021), bahwa teknologi pengemasan modern memberikan keunggulan kompetitif bagi produk pangan lokal.

Dalam aspek labelisasi, UMKM mulai beralih ke label yang lebih profesional dan informatif. Sebanyak 78% pelaku usaha berhasil menambahkan informasi dasar produk sesuai standar, seperti nama usaha, komposisi, berat bersih, tanggal kedaluwarsa, dan kontak produsen. Label yang menarik tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan konsumen. Nugroho (2020) menegaskan bahwa label yang jelas dan informatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan persepsi kualitas produk di mata konsumen. Hal ini terbukti dari laporan beberapa UMKM peserta yang mencatat adanya peningkatan permintaan hingga 30% dalam dua bulan pasca program.

Tabel 1. Perbandingan Kondisi UMKM Sebelum dan Sesudah Program

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
<b>Daya Simpan Produk</b>	Rata-rata hanya 3–5 hari; cepat melempem dan tidak tahan distribusi jarak jauh.	Rata-rata 15–20 hari; lebih awet, tetap renyah, dan aman untuk distribusi luar daerah.

Aspek	Sebelum Program	Sesudah Program
Kualitas Kemasan	Menggunakan plastik biasa tanpa pengikat rapat; mudah sobek dan tidak higienis.	Menggunakan <b>vacuum sealer</b> dengan plastik food grade; lebih rapat, higienis, dan menarik.
Labelisasi Produk	Tidak ada label; hanya sebagian kecil menggunakan tulisan sederhana manual.	Seluruh produk memiliki label standar berisi nama, komposisi, izin PIRT, dan identitas UMKM.
Kepercayaan Diri Pelaku UMKM	Rendah; menganggap produk kurang layak dipasarkan lebih luas.	Lebih percaya diri; merasa produk “naik kelas” dengan kemasan profesional.
Minat Konsumen & Penjualan	Konsumen kurang tertarik; pemasaran hanya terbatas di pasar lokal.	Konsumen lebih tertarik; penjualan meningkat $\pm 30\%$ dan produk mulai dipasarkan di toko modern serta media online.

Dengan membandingkan kondisi sebelum dan sesudah program, terlihat bahwa inovasi pengemasan dengan *vacuum sealer* dan labelisasi memberikan dampak langsung pada peningkatan daya saing UMKM camilan khas Madura. Sebelum program, produk mudah rusak, tidak memiliki identitas yang jelas, dan kurang diminati pasar modern. Setelah program, produk menjadi lebih tahan lama, aman, higienis, serta memiliki identitas yang kuat. Perubahan ini memperkuat branding UMKM dan meningkatkan peluang ekspansi ke pasar yang lebih luas. Seperti ditegaskan oleh Kotler dan Keller (2016), kemasan bukan hanya sekadar wadah, melainkan media komunikasi pemasaran yang mampu memengaruhi keputusan konsumen.

Secara keseluruhan, program ini menunjukkan bahwa penggunaan teknologi sederhana seperti *vacuum sealer* dan penerapan labelisasi mampu menjawab permasalahan mendasar UMKM, yakni keterbatasan kualitas kemasan dan rendahnya daya tarik produk. Hasilnya tidak hanya meningkatkan nilai tambah dan daya simpan, tetapi juga menciptakan kepercayaan konsumen serta membuka akses pasar yang lebih kompetitif. Dengan demikian, program ini dapat dijadikan model keberlanjutan dalam pemberdayaan UMKM berbasis inovasi kemasan di Madura.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas terselenggaranya pelatihan dan pendampingan yang luar biasa ini. Pelatihan "Peningkatan Daya Saing UMKM Camilan Khas Madura melalui Pelatihan dan Pendampingan Pengemasan Produk dengan Teknologi Vacuum Sealer dan Labelisasi. Ilmu dan praktik yang kami dapatkan, terutama mengenai teknologi *vacuum sealer* dan labelisasi, telah membuka wawasan kami untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Dengan kemasan yang lebih baik, kami yakin camilan khas Madura dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan nilai jual.

### REFERENSI

- Arifah, H. K. N., Firdaus, J., Sani'atin, A., Ediawan, E., Fauziyah, H., & Hidayat, N. (2024). Pelatihan dan pendampingan pencatatan laporan keuangan menggunakan aplikasi Sepran pada pelaku usaha UMKM Batik Tulis Safira di Pakandangan Barat. *Jurnal Kemitraan Masyarakat*, 1(4), 36–43. <https://doi.org/10.62383/jkm.v1i4.792>
- Handayani, T., & Susanto, A. (2020). Penerapan teknologi vacuum packaging pada pengemasan produk pangan lokal. *Jurnal Teknologi Pangan*, 14(2), 87–95.
- Hidayat, N., Firdaus, J., Khalifatun Nisa Arifah, H., Sani'atin, A., Awan, E., & Khalida, N. D. (2025). Pengembangan sentra pengrajin keris melalui strategi pemasaran terintegrasi menggunakan platform marketplace di Desa Aeng Tongtong Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 3(4), 1291–1296. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.650>

- Hidayat, R., & Pratiwi, S. (2021). Labelisasi produk sebagai strategi branding UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 45–53.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2021). *Statistik UMKM 2021*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nugroho, A. (2020). Peran labelisasi dalam meningkatkan kualitas dan daya tarik produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 101–112.
- Purwanto, H., & Santoso, B. (2021). Inovasi teknologi pengemasan untuk meningkatkan daya saing produk pangan lokal. *Jurnal Teknologi Pangan*, 12(1), 55–64.
- Suryana, D. (2019). Inovasi kemasan produk UMKM untuk meningkatkan daya saing. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 21(1), 11–20.
- Suryani, E. (2019). Tantangan UMKM dalam meningkatkan daya saing melalui kemasan produk. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(3), 233–242.