**ABDIFORMATIKA**
**Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika**

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

# Penguatan Kapasitas melalui Bantuan Alat Produksi dan Desain Kemasan Inovatif Pada UMKM Oim's Kitchen

**Ni Komang Sri Julyantari*[1], Komang Budiarta[2], Putu Tjintia Kencana Dewi[3]**
[1,2,3]Institut Teknoloi dan Bisnis (ITB) STIKOM Bali
*e-mail: tari@stikom-bali.ac.id[1], budiarta@stikom-bali.ac.id[2], tjintia@stikom-bali.ac.id[3]

| Received: | Revised: | Accepted: | Available online: |
|---|---|---|---|
| 25.03.2025 | 15.04.2025 | 04.05.2025 | 29.05.2025 |

**Abstrak:** Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mendukung pengembangan UMKM Oim's Kitchen, sebuah usaha mikro di Denpasar yang bergerak di bidang kuliner, khususnya produksi donat dan puding. Fokus utama kegiatan adalah meningkatkan kapasitas produksi dan daya saing melalui: (1)bantuan Alat produksi yang pemberian alat-alat produksi modern untuk meningkatkan efisiensi, konsistensi, dan kualitas produk. Hal ini diharapkan dapat membantu UMKM memenuhi permintaan pelanggan dengan lebih baik sekaligus menurunkan waktu dan biaya produksi. (2) Desain Kemasan Inovatif yang Penyediaan desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai standar pasar. Kemasan inovatif tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk tetapi juga memberikan nilai tambah, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan memperluas peluang pemasaran. Hasil dari kegiatan ini adalah peningkatan kapasitas produksi, penampilan produk yang lebih profesional, dan peningkatan daya saing Oim's Kitchen di pasar lokal. Dengan pendekatan ini, UMKM diharapkan dapat berkembang lebih mandiri, berdaya saing tinggi, serta berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal.
**Kata kunci**: Meningkatkan;kapasitas;daya saing;desain kemasan

## 1. PENDAHULUAN

Denpasar, sebagai ibu kota Provinsi Bali, merupakan pusat pertumbuhan ekonomi yang dinamis dan memiliki potensi besar dalam pengembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu sektor UMKM yang menunjukkan perkembangan signifikan di kota ini adalah sektor kuliner (Meliandari & Utomo, 2022; Ratniasih et al., 2021; Sidik et al., 2023). Pertumbuhan populasi lokal yang pesat dan tingginya tingkat kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara setiap tahunnya menjadikan Denpasar sebagai pasar yang strategis bagi pelaku usaha di bidang makanan dan minuman (Sulistyo et al., 2022; Sumpenowati & Uswatusholihah, 2023).

Masyarakat Denpasar dikenal memiliki keterbukaan terhadap tren kuliner baru dan memiliki kebiasaan konsumsi makanan ringan seperti donat dan puding. Donat memiliki daya tarik universal karena variasi rasa dan topping yang dapat disesuaikan dengan selera pasar, sementara puding populer sebagai pilihan hidangan penutup yang sehat dan praktis untuk berbagai acara. Dalam konteks ini, terdapat peluang besar bagi pelaku UMKM untuk berinovasi, menggabungkan cita rasa lokal, serta memanfaatkan bahan-bahan alami dan sehat seperti kelapa, buah-buahan lokal, atau opsi bebas gluten untuk menarik konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan.

UMKM Oim’s Kitchen, yang dimiliki oleh Ibu Desya Eka Tiningga Prawani, merupakan salah satu contoh usaha yang bergerak di bidang olahan makanan ringan dan telah menunjukkan pertumbuhan sejak didirikan pada tahun 2022. Produk utama yang ditawarkan adalah donat dengan berbagai variasi rasa, puding, dan milky jelly yang dibuat berdasarkan pesanan pelanggan. Oim’s Kitchen telah mengalami perkembangan yang positif dalam hal produksi dan penerimaan pasar. Namun, dalam wawancara dengan pemilik usaha, teridentifikasi dua permasalahan utama yang saat ini menjadi hambatan dalam pengembangan usahanya.

Permasalahan pertama adalah keterbatasan alat produksi yang dimiliki, yang berdampak pada rendahnya efisiensi dan kualitas hasil produk. Proses produksi yang masih dilakukan secara manual atau menggunakan alat sederhana menyebabkan kapasitas produksi terbatas serta kurang konsisten dari sisi mutu. Permasalahan kedua adalah belum adanya desain kemasan yang menarik dan profesional (Anggraini & Gusmaliza, 2023; Haryono et al., 2024; Hasbullah et al., 2023;). Produk dikemas secara sederhana tanpa label atau identitas visual yang mencerminkan kualitas dan citra merek. Hal ini menjadi tantangan dalam meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen serta dalam membangun identitas merek yang kuat dan kompetitif di pasar yang semakin padat (Julyantari et al., 2020, 2021, 2022; Kusyanda & Masdiantini, 2021).

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berjudul "Penguatan Kapasitas melalui Bantuan Alat Produksi dan Desain Kemasan Inovatif pada UMKM Oim's Kitchen" dirancang untuk memberikan solusi konkret. Tujuan utama dari kegiatan ini adalah:

1. Meningkatkan kapasitas produksi UMKM melalui bantuan peralatan produksi yang lebih modern dan efisien.
2. Mengembangkan desain kemasan inovatif yang mampu meningkatkan daya tarik produk dan memperkuat brand awareness.
3. Mendorong daya saing UMKM dengan pendekatan yang lebih profesional, higienis, dan ramah lingkungan dalam produksi dan pengemasan.
4. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa yang terlibat, dalam rangka mendukung program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) melalui keterlibatan nyata di lapangan dalam bidang kewirausahaan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat.

Kegiatan ini juga selaras dengan indikator kinerja utama (IKU) perguruan tinggi dalam aspek kolaborasi dengan mitra UMKM, transfer pengetahuan, serta kontribusi terhadap penguatan ekonomi lokal. Selain itu, kegiatan ini menekankan pentingnya keberlanjutan (sustainability) dalam praktik bisnis UMKM, dengan memperkenalkan inovasi produk yang sehat dan ramah lingkungan.

Adapun luaran dari kegiatan pengabdian ini adalah:

1. Artikel ilmiah yang akan dipublikasikan yang berfungsi sebagai dokumentasi ilmiah dan sumber pengetahuan praktis untuk pengembangan UMKM serupa.
2. Pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam bentuk Merek Dagang (Trademark) atas nama "Oim's Kitchen", untuk memberikan perlindungan hukum serta memperkuat posisi merek di pasar.

Dengan kegiatan ini, UMKM Oim's Kitchen diharapkan tidak hanya mengalami peningkatan kapasitas produksi dan penampilan produk, tetapi juga mampu memperluas pasar dan menjaga keberlanjutan usahanya di tengah persaingan industri makanan ringan yang terus berkembang. Bagi mahasiswa, keterlibatan dalam kegiatan ini menjadi sarana pembelajaran yang nyata tentang kewirausahaan, inovasi produk, serta dinamika pengembangan UMKM di lapangan. Tabel 1 di bawah ini merupakan profil mitra pada proram pengabdian kepada masyarakat saat ini. Sedangkan pada Gambar 1 merupakan gambar produk-produk unggulan dari mitra UMKM pada kegiatan pengabdian ini.

Tabel 1. Profil Mitra

| No | Uraian | Kondisi Mitra | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 1 | Produk yang dihasilkan | Donat, puding, milky jelly | Milky jelly tergantung dari pesenan |
| 2 | Jumlah pekerja | | Karyawan pada UKM ini terdiri dari 2 orang |
| 3 | Bahan baku utama produk | Tepung terigu, gula pasir, telor, susu, tepung tepioka, buah-buahan, susu kental manis | Untuk beberapa produk menggunakan beberapa varian toping |
| 4 | Pendapatan per bulan (Rp) | ± Rp 1.500.000 s.d Rp. 2.500.000 | Tergantung pesanan, penjualan dan ketersediaan bahan baku |
| 5 | Jumlah produksi per bulan | 5 box donut<br>7 box puding<br>Milky Jelly (by pesenan) | Jumlah produksi tergantung desain dan terbatasnya alat produk |
| 6 | Pemasaran | Menggunakan whatsapp dan testimoni pembeli | |

Dari analisis situasi, maka permasalahan dari UMKM Oim's Kitchen adalah:

A. Dalam bidang produksi
   Dalam bidang produksi terbatasnya alat-alat produksi yang digunakan seperti mixer tangan pada saat mencampur adonan dimana kapasitas adonan ini maksimal 4 liter, tidak memiliki alat pada

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

tahapan proofing (tahapan dalam mengembangkan adonan) masih mengandalkan cahaya matahari dengan cara dijemur,hanya memiliki satu penggorengan yang digunakan

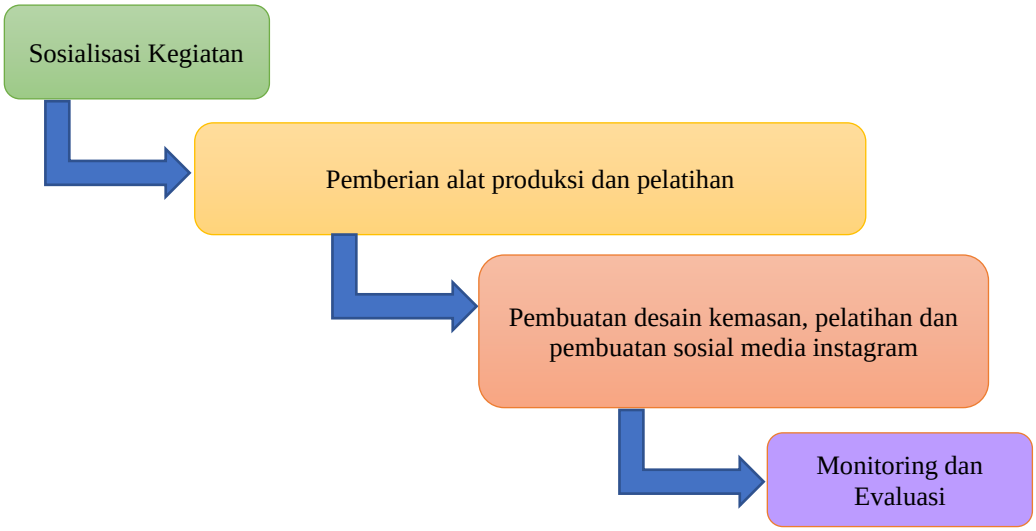


Gambar 1. Produk dari UMKM

B. Dalam bidang pemasaran masih menggunakan Pengemasan Produk yang Sederhana:
   1. Pengemasan yang kurang profesional, seperti hanya menggunakan plastik bening tanpa label atau identitas usaha yang jelas, dapat merugikan citra dan nilai jual produk.
   2. Ketidakteraturan dalam pengemasan juga dapat mengurangi daya tarik produk dan memengaruhi persepsi konsumen terhadap kualitas dan profesionalisme bisnis.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan dibagi dalam beberapa tahapan dimulai dari sosialisai kegiatan Pengabdian Masyarakat kepada UMKM Oim's Kitchen lalu dilanjutkan dengan pemberian alat produksi yang dibutuhkan sesuai dengan hasil wawancara dan pelatihan dari penggunaan alat tersebut, pembuatan label kemasan untuk kemasan produk yang dihasilkan serta pelatihan pengemasan label kemasan dan pembuatan sosial media instagram guna sebagai sarana pemasaran online setelah itu kegiatan terakhir adalah melakukan evalusi dan monitoring terhadap UMKM Oim's Kitchen.




Gambar 2 Metode Pelaksanaan

**a. Sosialisasi**

Kegiatan sosialisasi memiliki tujuan untuk menyamakan persepsi tujuan kegiatan antara pelaksana pengabdian dan mitra. Kegiatan sosialisasi dilakukan dengan memberikan informasi kepada mitra tentang kegiatan pengabdian masyarakat yang akan dilaksanakan. Memberikan pemahaman kepada mitra tentang latar belakang kegiatan dan tujuan kegiatan. Sosialisasi diberikan oleh tim pengusul yang melibatkan pemilik UMKM Oim's Kitchen. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa.

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

**b. Pemberian alat produksi dan pelatihan**

Pemberian alat produksi seperti stand mixer kapasitas 8 liter, Proofer Roti Listrik 5 Tray, alat timbangan digital, dan penggorengan besar. Hal ini membantu mitra dengan kondisi saat ini hanya memiliki satu hand mixer dengan kapasitas maksimal 4 liter, proses pengembangan adonan dengan cahaya matahari dan penggorengan kecil srta timbangan analog. Dalam tahapan pemberian alat produksi juga nantinya akan dilakukan pelatihan penggunaan alat tersebut kepada mitra. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa

**c. Pembuatan label kemasan dan sosial media**

Desain logo dari usaha UMKM Oim's Kitchen dengan produk yang dijual meliputi donat, puding dan milky jelly. Desain label akan diberikan informasi singkat dari mitra UMKM. Setelah pembuatan label kemasan, tim juga membuatkan sosial media berupa instagram sebagai sarana pemasaran dengan jangkuan yang lebih luas. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa

**d. Monitoring dan evaluasi**

Dalam tahap ini melakukan evaluasi kegiatan untuk menilai kesesuaian dengan perencanaan dan pencapaian target luaran. Monitoring dan evaluasi dilakukan dengan wawancara dan pengisian kuesioner dan pencatatan hasil evaluasi dan onitoring. Dokumentasi kegiatan ini berupa foto kegiatan sosialisasi dan video dibantu oleh tim mahasiswa

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pelaksanaan Pemberian Label Kemasan untuk UMKM Oim's Kitchen

Pemberian label kemasan pada UMKM Oim's Kitchen bertujuan untuk meningkatkan daya tarik produk, memperkuat identitas merek, serta memberikan informasi yang jelas dan lengkap kepada konsumen. Hasil dari pelaksanaan program pemberian label kemasan ini meliputi:

1. Peningkatan Profesionalisme Kemasan
   Produk Oim's Kitchen, seperti donat dan puding, kini memiliki kemasan yang lebih menarik dan profesional. Desain label mencakup elemen visual yang modern dengan warna dan gambar yang merepresentasikan produk secara menarik. Hal ini memberikan kesan bahwa produk memiliki kualitas premium dan siap bersaing di pasar yang lebih luas.
2. Identitas Merek yang Lebih Kuat
   Dengan adanya logo, nama merek, dan slogan pada label kemasan, identitas merek Oim's Kitchen menjadi lebih kuat dan mudah dikenali. Label juga mencantumkan informasi kontak seperti nomor telepon, media sosial, dan alamat usaha, sehingga mempermudah pelanggan untuk melakukan pemesanan ulang atau memberikan testimoni.
2. Peningkatan Kepercayaan Konsumen
   Informasi penting seperti daftar bahan baku, tanggal kedaluwarsa, izin produksi, serta klaim halal (jika tersedia) telah dicantumkan pada label. Hal ini meningkatkan rasa percaya konsumen terhadap keamanan dan kualitas produk.
3. Dukungan pada Pemasaran Produk
   Kemasan dengan label yang menarik memudahkan produk untuk dipasarkan di berbagai tempat, termasuk toko retail, pameran UMKM, atau platform online. Konsumen juga lebih tertarik untuk mencoba produk karena penampilan yang lebih profesional.
4. Efisiensi Produksi dan Distribusi
   Label kemasan yang telah dirancang secara terstandarisasi memudahkan proses pengemasan dan distribusi. Produk terlihat seragam, sehingga memberikan kesan rapi dan terorganisasi ketika dipajang di etalase atau saat dikirimkan kepada pelanggan.

Sebagai bagian dari program pengabdian kepada masyarakat yang bertujuan meningkatkan daya saing dan profesionalisme UMKM Oim's Kitchen, salah satu luaran konkrit adalah pengembangan label kemasan inovatif yang memperkuat identitas merek.

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

Pada 3 pertama, ditampilkan desain label resmi Oim's Kitchen dalam bentuk lingkaran berwarna hitam dengan elemen visual yang sederhana namun efektif. Logo ini menampilkan ikon karakter tersenyum berwarna kuning cerah yang memberikan kesan ramah, ceria, dan bersahabat. Karakter ini juga membentuk huruf "K!" yang menjadi simbol dari kata "Kitchen", menjadikannya mudah diingat. Di sebelah kanan ikon, terdapat tulisan "Oim's Kitchen" dengan tipografi yang bersih dan modern berwarna putih, menciptakan kontras yang kuat terhadap latar belakang gelap. Informasi kontak berupa nomor WhatsApp dan akun Instagram (@oims_kitchen) juga dicantumkan secara ringkas di bawah nama merek, memudahkan pelanggan untuk melakukan pemesanan dan mengikuti aktivitas UMKM ini secara daring.




Gambar 3. Label Kemasan

Gambar 4 menunjukkan penerapan label tersebut pada kemasan produk berbahan kertas daur ulang berwarna cokelat natural, yang memberikan kesan ramah lingkungan dan minimalis. Label bulat ini ditempelkan secara rapi di bagian tengah atas kotak kemasan, menjadikan kemasan tidak hanya fungsional tetapi juga memiliki nilai estetika dan branding yang kuat. Desain ini memperkuat citra Oim's Kitchen sebagai UMKM yang peduli pada kualitas, estetika, dan komunikasi visual yang konsisten dengan nilai-nilai modern dan berkelanjutan.




Gambar 4. Penerapan Label Kemasan

Penggunaan desain kemasan seperti ini tidak hanya meningkatkan daya tarik visual produk, tetapi juga menjadi langkah penting dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat kesan profesional dari brand Oim's Kitchen di tengah persaingan pasar makanan ringan.

## 4. KESIMPULAN

Kesimpulan

1. Produk Unggulan: Oim's Kitchen memiliki keunggulan pada produk makanan seperti donat dan puding yang sudah menarik perhatian pasar lokal di Denpasar.

Vol. 5, No. 1 - Mei 2025, Hal. 52-57
DOI: 10.59395/abdiformatika.v5i1.255

2. Kapasitas Produksi: Meskipun sudah memiliki produk berkualitas, kapasitas produksi masih dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan peralatan produksi yang lebih efisien.
3. Kemasan: Desain kemasan masih memiliki ruang untuk inovasi agar lebih menarik dan meningkatkan daya saing produk di pasar.
4. Peluang Pasar: UMKM ini memiliki potensi besar untuk memperluas jangkauan pasar, terutama dengan penekanan pada branding, pemasaran digital, dan kemasan inovatif.

Saran

1. Peningkatan Kapasitas Produksi:
   Investasi pada alat produksi yang modern untuk meningkatkan efisiensi dan konsistensi kualitas.
   Memberikan pelatihan kepada staf untuk mengoptimalkan penggunaan alat baru.
2. Inovasi Kemasan:
   Rancang desain kemasan yang lebih estetik dan informatif, mencantumkan nilai jual unik dari produk.
   Gunakan bahan ramah lingkungan untuk mengikuti tren pasar yang peduli terhadap keberlanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, I., & Gusmaliza, D. (2023). Pelatihan Pembuatan Packaging Pada Produk Usaha Rumahan. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(3), 89–92.

Haryono, E., Al Murtaqi, M. R., Izzah, A. N. L., Septian, D., & Sariman, S. (2024). Metode-Metode Pelaksanaan PKM (Pengabdian Kepada Masyarakat) Untuk Perguruan Tinggi. *Al Fattah Ejournal Sma Al Muhammad Cepu*, *5*(02), 1–21.

Hasbullah, H., Yudhinanto, C. N., Surya, A., Kumalasari, N., & Cindy, C. (2023). Literasi Digital sebagai Alat Pengembangan dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia pada Ibu PKK di Desa Wisata Pulau Pahawang Lampung. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(3), 116–121.

Julyantari, N. K. S., Purnama, I. G. A. V., Bagiarta, I. G. N. N., Pertama, P. P. G. P., & Liandana, M. (2021). Implementasi Website untuk Media Pemasaran Online dan Perbaikan Kemasan Produk. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, *1*(1), 26–33.

Julyantari, N. K. S., Purnama, I. G. A. V., Budiarta, K., & Srinandari, P. R. Y. (2022). Digital Marketing Untuk Peningkatan Promosi dan Pemasaran Produk Kembang Rampai Serta Perbaikan Manajemen Keuangan. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, *2*(2), 40–48.

Julyantari, N. K. S., Putri, N. M. D. K., & Astiti, N. M. (2020). Kerajinan Tangan Untuk Aksesoris Wanita. *Paradharma (Jurnal Aplikasi IPTEK)*, *4*(1).

Kusyanda, M. R. P., & Masdiantini, P. R. (2021). Kajian Strategi Pengelolaan Daya Tarik Wisata Kuliner: Tinjauan pada UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Pantai Penimbangan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, *4*(2), 90–99.

Meliandari, N. M. S., & Utomo, R. (2022). Tinjauan Faktor Penyebab Rendahnya Kepatuhan Pajak Penghasilan Umkm Kuliner Khas Bali Di Kabupaten Badung. *Jurnal Pajak Indonesia (Indonesian Tax Review)*, *6*(2S), 512–528.

Ratniasih, N. L., Nugraha, D. H., Vishnu, I. G. A. A. U., & others. (2021). Pelatihan Pengemasan dan Pemberian Label Kemasan Pada IRT Olahan Masakan Cumi. *WIDYABHAKTI Jurnal Ilmiah Populer*, *3*(3), 1–7.

Sidik, A., Fadhil, F., Romadon, L. D. N. A., Ramadhan, M. V., Sulistio, S. W. A., Putri, M. D., Lathifah, U. N., Fitrotunnisa, Z., Yuliana, H., & Imas, A. N. (2023). Pendampingan dan sosialisasi kepada UMKM dengan metode ABCD sebagai upaya peningkatan ekonomi masyarakat. *Kampelmas*, *2*(1), 129–139.

Sulistyo, E., Sukmana, I. W. K. T., & Mertayasa, G. A. (2022). Wisata Kuliner Sebagai Penopang Pariwisata Budaya Berkelanjutan Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, *6*(1), 44–54.

Sumpenowati, D. T., & Uswatusholihah, U. (2023). Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Gropak di Desa Karangdadap di Masa Pandemi Covid19. *Ahsana: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(1), 26–35.