

**Pelatihan Terintegrasi Standardisasi Produksi, Pengemasan, HPP, dan Identitas Merek UMKM di Desa Mekarmukti**

Rini Siskayanti^{1*}, Pupung Purnamasari², Muhamad Engkos Kosim¹, Dana Nasihardani¹

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi, Indonesia

Received: 03 Agustus 2026

Revised: 08 Agustus 2026

Accepted: 10 Agustus 2026

Abstrak

Pelaku usaha pangan rumah tangga di Desa Mekarmukti menghadapi permasalahan berupa proses produksi yang belum terdokumentasi, kemasan dan label yang masih sederhana, penentuan harga jual berdasarkan perkiraan, serta identitas merek yang belum konsisten. Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan kapasitas awal mitra melalui pelatihan terintegrasi mengenai standardisasi produksi, pengemasan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas merek. Program dilaksanakan secara partisipatif melalui sosialisasi, pemetaan kebutuhan, pemaparan materi, demonstrasi, diskusi, studi kasus, dan latihan dengan melibatkan 8 pelaku usaha pangan rumah tangga. Evaluasi formatif dilakukan menggunakan lembar observasi, lembar kerja peserta, rubrik penilaian, dan dokumentasi kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa seluruh peserta mampu mengidentifikasi tahapan utama penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi dan menjelaskan unsur dasar identitas merek, sedangkan sebagian besar peserta mampu mengidentifikasi fungsi kemasan, unsur minimum label pangan, serta mengelompokkan komponen biaya sebagai dasar penyusunan simulasi HPP. Capaian tersebut menunjukkan bahwa pelatihan berhasil membangun pemahaman awal dan kesiapan peserta untuk menerapkan standardisasi produksi, pengemasan, pengelolaan biaya, dan identitas merek pada usaha masing-masing. Pelatihan terintegrasi ini menjadi fondasi bagi program lanjutan yang berfokus pada implementasi, pendampingan, dan evaluasi dampak berbasis data.

Kata kunci: harga pokok produksi, identitas merek, kemasan pangan, standardisasi produksi.

Abstract

Home-based food micro-enterprises in Mekarmukti Village face several challenges, including undocumented production processes, simple packaging and labeling practices, selling prices determined based on estimation rather than cost calculation, and inconsistent brand identity. This community service program aimed to strengthen the initial capacity of home-based food

entrepreneurs through an integrated training program covering production standardization, packaging, cost of production (COP) calculation, and brand identity development. The program involved eight home-based food entrepreneurs and was implemented using a participatory approach consisting of socialization, needs assessment, interactive lectures, demonstrations, discussions, case studies, and practical exercises. Formative evaluation was conducted using observation sheets, participants' worksheets, assessment rubrics, and activity documentation. The evaluation results showed that all participants were able to identify the main stages required for developing a simple Standard Operating Procedure (SOP) and explain the fundamental elements of product brand identity. In addition, most participants were able to identify the functions of food packaging and mandatory labeling elements, as well as classify production cost components for cost-of-production simulations. These findings indicate that the integrated training successfully established participants' initial knowledge and readiness to implement production standardization, packaging improvement, cost management, and brand identity development in their respective businesses. The program provides a practical foundation for subsequent community service activities focusing on implementation, mentoring, and impact evaluation.

Keywords: brand identity, cost of production, food packaging, production standardization.

Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan penopang penting perekonomian Indonesia karena berkontribusi sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto dan menyerap hampir 97% tenaga kerja [1]. Pada tingkat desa, usaha pangan berbasis rumah tangga memiliki keunggulan berupa kedekatan dengan konsumen, fleksibilitas produksi, dan kemampuan memanfaatkan sumber daya lokal. Namun, skala usaha yang kecil sering disertai keterbatasan pada standardisasi proses, pengemasan, pengelolaan biaya, dan penguatan identitas produk. Kondisi tersebut juga ditemukan pada delapan pelaku usaha pangan rumah tangga di Desa Mekarmukti, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi yang menjadi mitra kegiatan pengabdian. Mitra merupakan usaha berskala mikro dengan lama usaha berkisar antara satu hingga lima tahun yang memproduksi berbagai jenis pangan olahan, seperti kue kering, keripik, makanan ringan, dan jajanan tradisional. Sebagian besar produk dipasarkan secara langsung kepada masyarakat sekitar maupun melalui media sosial dengan kapasitas produksi yang masih terbatas. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa usaha telah berjalan secara berkelanjutan, namun pengelolaan proses produksi dan manajemen usaha masih dilakukan secara sederhana sehingga memerlukan penguatan kapasitas melalui pelatihan yang terintegrasi.

Pada aspek produksi, kegiatan usaha masih bertumpu pada pengalaman individu dan belum seluruhnya menggunakan Standar Operasional Prosedur (SOP), resep baku, urutan kerja, serta parameter waktu dan suhu yang terdokumentasi. Ketergantungan pada pengetahuan personal dapat memunculkan variasi rasa, tekstur, ukuran, dan tingkat kematangan. SOP berfungsi sebagai acuan bersama untuk menyelaraskan cara kerja dan menjaga mutu, sedangkan penerapannya terbukti berhubungan dengan efektivitas kinerja internal dan kualitas produk UMKM kuliner [2], [3]. Kegiatan penyusunan SOP pada usaha pangan juga menunjukkan bahwa pemetaan tahapan proses dan titik kritis perlu dilakukan secara partisipatif agar dokumen dapat digunakan dalam praktik harian [4]. Kondisi tersebut juga ditemukan pada mitra, di mana sebagian besar proses produksi masih dilakukan berdasarkan kebiasaan tanpa adanya prosedur



kerja yang terdokumentasi sehingga konsistensi mutu produk sangat bergantung pada pengalaman masing-masing pelaku usaha.

Permasalahan berikutnya terdapat pada kemasan dan label. Sebagian produk mitra masih menggunakan kemasan sederhana yang terutama berfungsi sebagai pembungkus, belum sepenuhnya mempertimbangkan perlindungan produk, kemudahan penggunaan, informasi, dan daya tarik visual. Material, tampilan, bentuk, serta informasi kemasan berpengaruh terhadap minat beli konsumen produk pangan [5]. Pengetahuan mengenai kemasan dan label juga penting karena konsumen menggunakan informasi pada kemasan untuk membentuk persepsi keamanan dan kualitas produk [6]. Dengan demikian, pengemasan perlu dipahami sebagai bagian dari sistem mutu dan komunikasi produk, bukan sekadar pelengkap setelah proses produksi. Pada mitra, informasi yang dicantumkan pada kemasan masih terbatas pada nama produk sehingga aspek identitas produsen, komposisi, maupun informasi dasar lainnya belum disajikan secara lengkap dan konsisten.

Pada aspek manajemen, harga jual masih cenderung ditentukan melalui perkiraan atau mengikuti harga pasar tanpa perhitungan biaya yang lengkap. Pelatihan Harga Pokok Produksi (HPP) diperlukan agar pelaku usaha mampu mengenali biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tidak langsung sebagai dasar penetapan harga jual [7]. Sementara itu, identitas merek yang belum konsisten membatasi kemampuan produk untuk dibedakan dan diingat konsumen. Sosialisasi strategi bisnis dan pendampingan identitas produk dapat membantu UMKM menghubungkan kekuatan produk dengan strategi pemasaran yang lebih terarah [8], [9]. Pada kelompok mitra, sebagian besar produk belum memiliki identitas visual yang seragam sehingga penggunaan nama produk, logo, maupun tampilan kemasan masih berbeda-beda dan belum mencerminkan karakter produk secara konsisten.

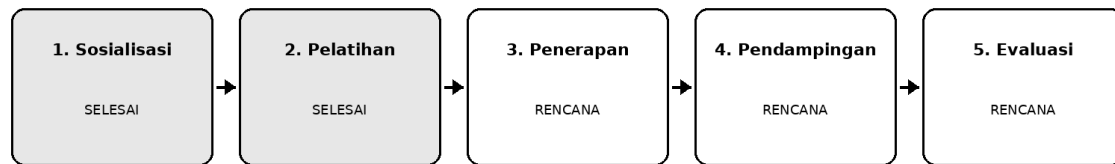
Berbagai program pengabdian sebelumnya umumnya berfokus pada satu atau dua aspek, seperti penyusunan SOP, pengemasan, pengolahan produk, atau perhitungan HPP [4], [7], [10], [11]. Kegiatan di Desa Mekarmukti menawarkan pendekatan terintegrasi dari hulu ke hilir yang menghubungkan standardisasi produksi, pengemasan, biaya, dan identitas merek dalam satu rangkaian pelatihan. Nilai kebaruan praktis kegiatan ini terletak pada model intervensi hulu-ke-hilir yang mensinergikan standardisasi teknis produksi dengan manajemen komersial secara simultan. Artikel ini bertujuan menganalisis pemetaan kebutuhan mitra, mengevaluasi efektivitas pelatihan terintegrasi, serta merumuskan parameter kesiapan adopsi usaha.

Bahan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Desa Mekarmukti, Kecamatan Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi pada tanggal 8 Mei 2026 dan 21 Juni 2026 dengan melibatkan 8 pelaku usaha pangan rumah tangga sebagai mitra. Mitra merupakan pelaku usaha berskala mikro yang memproduksi berbagai jenis pangan olahan, seperti kue kering, keripik, makanan ringan, dan jajanan tradisional dengan lama usaha berkisar antara satu hingga lima tahun. Tim pelaksana terdiri atas dosen Program Studi Teknik Industri, dosen Program Studi Manajemen, serta mahasiswa yang memiliki pembagian tugas sesuai kompetensi masing-masing. Kolaborasi tersebut digunakan untuk mengintegrasikan materi standardisasi produksi, pengemasan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas merek dalam satu rangkaian pelatihan.



Pendekatan pelaksanaan menggunakan metode partisipatif berbasis pelatihan (participatory training) yang menempatkan peserta sebagai subjek aktif melalui diskusi, demonstrasi, latihan, dan studi kasus berdasarkan kondisi usaha masing-masing. Program pada siklus kegiatan ini dibatasi pada dua tahapan, yaitu (1) sosialisasi dan identifikasi kebutuhan mitra serta (2) pelatihan terintegrasi. Tahap penerapan teknologi, pendampingan intensif, monitoring, dan evaluasi dampak direncanakan pada program pengabdian lanjutan sehingga artikel ini hanya melaporkan capaian pembelajaran (learning outcomes) yang diperoleh selama pelatihan..



Gambar 1. Tahapan program dan batas pelaksanaan pada siklus kegiatan ini

Tahap sosialisasi diawali dengan koordinasi bersama perangkat desa dan diskusi kelompok bersama mitra untuk mengidentifikasi kondisi awal usaha. Informasi yang dikumpulkan meliputi karakteristik usaha, jenis produk, proses produksi, penggunaan kemasan, penentuan harga jual, serta praktik pemasaran yang telah dilakukan. Hasil identifikasi kemudian dikelompokkan menjadi empat bidang prioritas, yaitu standardisasi produksi, pengemasan, perhitungan HPP, dan identitas merek sebagai dasar penyusunan materi pelatihan.

Pelatihan dilaksanakan dalam empat sesi yang saling terintegrasi. Sesi pertama membahas penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) produksi, standardisasi bahan baku, resep, urutan proses, parameter waktu dan suhu, serta pengendalian mutu sederhana. Sesi kedua membahas fungsi kemasan, pemilihan bahan kemasan yang aman untuk pangan, penyusunan label produk, dan prinsip dasar desain kemasan. Sesi ketiga membahas pengelompokan biaya produksi, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), penentuan margin keuntungan, dan simulasi harga jual. Sesi keempat membahas pengembangan identitas merek yang meliputi penentuan nama produk, logo sederhana, konsistensi warna dan tipografi, serta pemanfaatan kemasan sebagai media komunikasi merek. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi, studi kasus, dan latihan menggunakan contoh produk milik peserta.

Evaluasi formatif dilakukan selama proses pelatihan menggunakan beberapa instrumen, yaitu lembar observasi, lembar kerja peserta, rubrik penilaian unjuk kerja, dan dokumentasi kegiatan. Lembar observasi digunakan untuk mencatat partisipasi peserta selama diskusi dan praktik, sedangkan lembar kerja digunakan untuk menilai kemampuan peserta dalam menyusun rancangan SOP sederhana, mengidentifikasi unsur kemasan dan label, menghitung simulasi HPP, serta merumuskan identitas merek produk. Penilaian dilakukan oleh seluruh anggota tim dosen sesuai bidang keahlian masing-masing pada setiap akhir sesi pelatihan menggunakan rubrik penilaian yang telah disepakati sebelum kegiatan dilaksanakan.

Indikator keberhasilan pelatihan ditetapkan berdasarkan ketercapaian kompetensi pada setiap materi. Pada materi standardisasi produksi, indikator keberhasilan adalah kemampuan peserta mengidentifikasi tahapan proses produksi, menyusun urutan kerja, serta menentukan

titik kritis mutu. Pada materi pengemasan, indikator yang dinilai meliputi kemampuan memilih fungsi kemasan yang sesuai serta mengidentifikasi unsur minimum label pangan. Pada materi HPP, indikator keberhasilan meliputi kemampuan mengelompokkan komponen biaya produksi dan melakukan simulasi perhitungan harga pokok produksi. Sementara itu, pada materi identitas merek, indikator yang digunakan adalah kemampuan merumuskan nama produk, logo sederhana, dan unsur visual yang konsisten sebagai identitas produk. Data kegiatan dianalisis secara deskriptif-kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data hasil observasi, lembar kerja peserta, serta hasil diskusi terlebih dahulu dikelompokkan berdasarkan empat bidang pelatihan. Selanjutnya dilakukan interpretasi terhadap tingkat ketercapaian indikator pembelajaran pada setiap materi dengan membandingkan hasil latihan peserta, catatan observasi, dan dokumentasi kegiatan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan triangulasi penilai, yaitu membandingkan hasil observasi antaranggota tim pelaksana dengan hasil lembar kerja peserta dan dokumentasi selama kegiatan. Perbedaan hasil penilaian diselesaikan melalui diskusi bersama hingga diperoleh kesepakatan terhadap interpretasi capaian pelatihan.

Hasil dan Pembahasan

Pemetaan Kebutuhan Mitra

Kegiatan diawali dengan sosialisasi dan identifikasi kebutuhan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi awal usaha mitra. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa seluruh peserta menghadapi permasalahan yang saling berkaitan mulai dari proses produksi hingga pemasaran produk. Permasalahan tersebut tidak hanya terbatas pada aspek teknis produksi, tetapi juga mencakup pengemasan, penentuan harga jual, dan penguatan identitas produk. Kondisi ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas pelaku usaha tidak dapat dilakukan secara parsial, melainkan memerlukan pendekatan yang mengintegrasikan seluruh aspek pengelolaan usaha.

Tabel 1 memperlihatkan bahwa kebutuhan pelatihan terkonsentrasi pada empat bidang utama, yaitu standardisasi produksi, pengemasan, perhitungan Harga Pokok Produksi (HPP), dan identitas merek. Seluruh peserta masih menjalankan proses produksi berdasarkan pengalaman tanpa prosedur kerja yang terdokumentasi.

Tabel 1. Kondisi awal dan kebutuhan pelatihan mitra

Bidang	Kondisi awal	Risiko usaha	Kebutuhan pelatihan
Produksi	Resep, urutan kerja, waktu, dan pemeriksaan mutu belum terdokumentasi.	Variasi mutu dan ketergantungan pada pengalaman individu.	SOP sederhana, resep baku, titik kritis proses, dan kontrol mutu.
Pengemasan	Kemasan sederhana; label dan identitas produsen belum lengkap.	Proteksi produk dan kepercayaan konsumen belum optimal.	Fungsi kemasan, bahan aman pangan, unsur label, dan desain.
Manajemen biaya	Harga jual ditetapkan berdasarkan perkiraan.	Biaya terlewat dan margin tidak diketahui secara pasti.	Komponen HPP, margin, dan simulasi harga jual.
Identitas merek	Nama, logo, warna, dan tampilan produk belum konsisten.	Produk sulit dibedakan dan diingat konsumen.	Nama merek, logo sederhana, konsistensi visual, dan pemasaran.

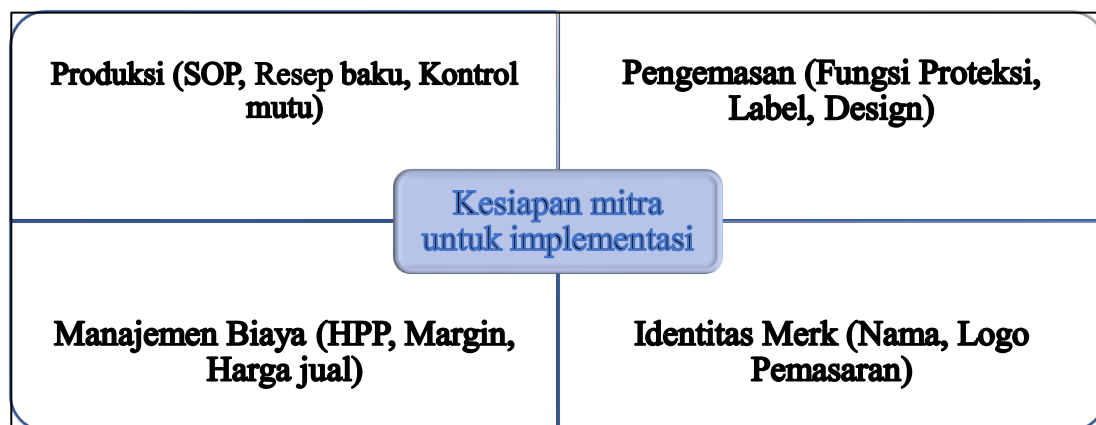
Pada aspek pengemasan, mayoritas produk masih menggunakan kemasan sederhana dengan informasi produk yang terbatas. Selain itu, penentuan harga jual masih dilakukan berdasarkan perkiraan tanpa mempertimbangkan seluruh komponen biaya produksi, sedangkan penggunaan nama produk dan identitas visual belum dilakukan secara konsisten.

Hasil pemetaan tersebut menunjukkan bahwa keempat permasalahan saling berkaitan. Standardisasi produksi diperlukan untuk menghasilkan mutu yang konsisten, sedangkan pengemasan berperan dalam melindungi produk sekaligus menyampaikan informasi kepada konsumen. Perhitungan HPP menjadi dasar dalam menentukan harga jual yang rasional, sementara identitas merek berfungsi meningkatkan daya pembeda produk di pasar. Dengan demikian, penyusunan materi pelatihan didasarkan pada kebutuhan riil mitra sehingga setiap materi memiliki keterkaitan langsung dengan permasalahan yang dihadapi di lapangan.

Temuan ini memperkuat hasil kegiatan pengabdian sebelumnya yang menyatakan bahwa penyusunan SOP secara partisipatif lebih mudah diterapkan oleh pelaku UMKM dibandingkan penyusunan SOP yang dilakukan tanpa melibatkan pengguna secara langsung [4]. Namun demikian, kegiatan di Desa Mekarmukti tidak hanya berfokus pada penyusunan SOP, tetapi juga mengintegrasikan aspek produksi, pengemasan, HPP, dan identitas merek dalam satu rangkaian pelatihan sehingga peserta memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengelolaan usaha pangan rumah tangga.

Pelaksanaan Pelatihan Terintegrasi

Pelatihan dilaksanakan dalam empat sesi yang saling berkaitan, yaitu standarisasi produksi, pengemasan, perhitungan HPP, dan identitas merek. Penyampaian materi dilakukan melalui ceramah interaktif, demonstrasi, diskusi, studi kasus, dan latihan menggunakan contoh usaha yang dimiliki peserta. Pendekatan tersebut memberikan kesempatan kepada peserta untuk menghubungkan materi pelatihan dengan kondisi usaha masing-masing sehingga proses pembelajaran menjadi lebih kontekstual.



Gambar 2. Model integrasi materi pelatihan dari hulu ke hilir

Model pelatihan pada Gambar 2 menunjukkan bahwa seluruh materi disusun secara berurutan mulai dari proses produksi hingga pemasaran. Penyusunan tersebut bertujuan agar peserta memahami bahwa mutu produk tidak hanya ditentukan oleh proses produksi, tetapi juga dipengaruhi oleh kemasan, ketepatan penentuan harga, dan identitas produk yang dibangun. Berdasarkan hasil observasi selama pelatihan, sebagian besar peserta pada awal kegiatan masih

memandang keempat aspek tersebut sebagai kegiatan yang berdiri sendiri. Setelah mengikuti seluruh rangkaian pelatihan, peserta mulai memahami hubungan antarproses sehingga mampu menjelaskan keterkaitan antara konsistensi produksi, fungsi kemasan, struktur biaya, dan pembentukan identitas merek.

Pendekatan ini menjadi salah satu keunggulan kegiatan dibandingkan berbagai program pengabdian sebelumnya yang umumnya hanya membahas satu aspek tertentu, seperti penyusunan SOP [4], pelatihan pengemasan [10], atau branding produk [11]. Integrasi keempat materi dalam satu rangkaian pelatihan memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai pengelolaan usaha pangan rumah tangga sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan teknis, tetapi juga memahami hubungan antar aspek dalam pengembangan usaha.

Gambar 3 menunjukkan dokumentasi keterlibatan aktif peserta selama proses sosialisasi, diskusi, dan latihan. Interaksi yang terjadi selama kegiatan menjadi bagian penting dalam proses pembelajaran karena peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga mendiskusikan permasalahan yang dihadapi pada usaha masing-masing. Pendekatan partisipatif tersebut memungkinkan tim pelaksana memberikan contoh dan solusi yang sesuai dengan karakteristik usaha peserta sehingga materi pelatihan lebih mudah dipahami dan diterapkan.

Capaian Pembelajaran Awal

Evaluasi formatif yang dilakukan melalui observasi, lembar kerja peserta, dan diskusi menunjukkan bahwa pelatihan telah menghasilkan capaian pembelajaran pada seluruh materi yang diberikan. Seluruh peserta mampu mengidentifikasi tahapan utama proses produksi dan menjelaskan pentingnya penyusunan SOP sebagai acuan dalam menjaga konsistensi mutu produk. Selain itu, sebagian besar peserta mampu membedakan fungsi kemasan sebagai pelindung produk sekaligus media informasi dan promosi.

Pada materi HPP, peserta mulai memahami pentingnya mengelompokkan biaya bahan baku, tenaga kerja, dan biaya tidak langsung sebagai dasar penentuan harga jual. Meskipun demikian, materi ini memerlukan pendampingan lebih lanjut karena sebagian peserta masih memerlukan bimbingan dalam melakukan simulasi perhitungan biaya secara mandiri. Pada materi identitas merek, seluruh peserta mampu menjelaskan unsur dasar identitas produk, seperti nama produk, logo sederhana, dan pentingnya konsistensi tampilan visual pada kemasan..

Hasil pada Tabel 2 menunjukkan bahwa luaran utama kegiatan ini adalah terbentuknya kesiapan awal peserta untuk menerapkan hasil pelatihan pada usaha masing-masing. Dengan demikian, capaian yang diperoleh pada tahap ini merupakan learning outcomes, yaitu peningkatan pemahaman dan kemampuan awal peserta, bukan performance outcomes berupa peningkatan mutu produk, produktivitas, maupun penjualan. Oleh karena itu, artikel ini tidak mengklaim adanya peningkatan kinerja usaha karena tahap implementasi dan pendampingan belum dilaksanakan.



Gambar 3. Dokumentasi sosialisasi dan pelatihan bersama mitra

Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat penguasaan materi berbeda pada setiap bidang pelatihan. Materi standardisasi produksi dan identitas merek relatif lebih mudah dipahami karena berkaitan langsung dengan aktivitas yang telah dilakukan peserta sehari-hari. Sebaliknya, materi HPP memerlukan kemampuan analitis yang sebelumnya belum pernah diterapkan secara sistematis oleh sebagian besar peserta. Kondisi ini sejalan dengan hasil kegiatan pelatihan HPP pada UMKM yang menyatakan bahwa kemampuan menghitung biaya produksi memerlukan latihan yang berulang agar dapat diterapkan secara mandiri [7].

Tabel 2. Capaian langsung dan batas interpretasi hasil

Bidang	Bukti pembelajaran langsung	Makna capaian	Batas interpretasi
Produksi	Peserta dapat menguraikan tahap produksi dan menyebut elemen SOP serta titik kritis mutu.	Terbentuk kerangka awal untuk menyusun SOP produk.	Belum membuktikan penurunan variasi mutu atau waktu proses.
Pengemasan	Peserta dapat membedakan fungsi kemasan dan mengidentifikasi unsur minimum label.	Meningkatnya kesiapan memilih kemasan yang lebih fungsional dan informatif.	Belum membuktikan peningkatan daya simpan atau minat beli.
Manajemen biaya	Peserta berlatih mengelompokkan biaya bahan, tenaga kerja, dan biaya tidak langsung.	Terbentuk pemahaman awal mengenai HPP dan harga berbasis biaya.	Belum menguji akurasi dengan data usaha aktual.
Identitas merek	Peserta dapat menyebut unsur identitas produk dan pentingnya konsistensi visual.	Terbentuk kriteria dasar untuk pengembangan merek.	Belum membuktikan peningkatan penjualan atau kesadaran merek.

Hasil kegiatan juga menunjukkan bahwa pelatihan terintegrasi mampu membangun pemahaman yang lebih komprehensif dibandingkan pelatihan yang hanya berfokus pada satu aspek. Penelitian dan kegiatan pengabdian sebelumnya umumnya melaporkan peningkatan pengetahuan pada bidang tertentu, seperti penyusunan SOP [4], pengemasan [10], atau branding produk [11]. Sebaliknya, kegiatan di Desa Mekarmukti menghubungkan keempat aspek tersebut dalam satu rangkaian pembelajaran sehingga peserta memperoleh pemahaman mengenai hubungan antara konsistensi proses produksi, pemilihan kemasan, perhitungan biaya, dan pembentukan identitas produk. Pendekatan tersebut menjadi kontribusi praktis kegiatan ini karena memberikan fondasi yang lebih utuh sebelum memasuki tahap implementasi dan pendampingan.

Kebaruan Praktis dan Keberlanjutan Program

Kebaruan praktis kegiatan ini terletak pada integrasi empat bidang yang biasanya ditangani secara terpisah. Produksi terstandar ditempatkan sebagai fondasi; kemasan sebagai pelindung dan komunikasi; HPP sebagai dasar keputusan harga; dan identitas merek sebagai penguat diferensiasi. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip pengembangan produk yang berorientasi pada kebutuhan pengguna, yaitu perbaikan perlu diterjemahkan menjadi prioritas yang saling mendukung [12]. Integrasi juga mencegah perbaikan parsial, misalnya kemasan menarik tetapi mutu tidak konsisten, atau harga jual rendah karena biaya tidak dihitung lengkap.

Keunggulan lain kegiatan ini adalah pemisahan yang jelas antara capaian pembelajaran dan dampak implementasi. Artikel ini membatasi pembahasan pada bukti yang diperoleh selama pelatihan sehingga tidak menyimpulkan adanya peningkatan mutu produk, efisiensi usaha, ataupun penjualan yang belum diukur secara sistematis. Pendekatan tersebut meningkatkan kredibilitas pelaporan hasil kegiatan karena interpretasi yang disampaikan sesuai dengan ruang lingkup pelaksanaan program.



Pada tahap lanjutan, program akan diarahkan pada pendampingan implementasi SOP, penerapan kemasan dan label pada produk nyata, perhitungan HPP berdasarkan data produksi aktual, serta penggunaan identitas merek secara konsisten. Evaluasi lanjutan akan dilakukan melalui observasi penerapan SOP, pemeriksaan kelengkapan label, analisis ketepatan HPP, dan pengamatan terhadap perkembangan usaha setelah seluruh materi pelatihan diterapkan.

Kesimpulan

Pelatihan standardisasi produksi dan pengemasan di Desa Mekarmukti telah membangun fondasi pengetahuan dan kesiapan awal pelaku usaha pangan rumah tangga. Peserta memperoleh kerangka untuk menyusun SOP produksi, mengenali titik kritis mutu, memilih kemasan yang lebih fungsional, memeriksa unsur label, mengelompokkan biaya pembentuk HPP, serta merumuskan unsur dasar identitas merek. Pendekatan terintegrasi membantu peserta memahami hubungan antara konsistensi proses, mutu produk, kemasan, harga, dan pemasaran. Sebagai implikasi praktis, akselerasi menuju peningkatan kinerja komersial memerlukan keberlanjutan program. Rekomendasi intervensi berikutnya diarahkan pada pengujian prototipe kemasan di pasar, audit HPP berbasis log data aktual, dan monitoring kepatuhan SOP.

Ucapan Terima Kasih

Tim pelaksana menyampaikan terima kasih kepada Direktorat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Pelita Bangsa atas dukungan program pengabdian masyarakat internal, kepada Pemerintah Desa Mekarmukti atas fasilitasi kegiatan, serta kepada seluruh pelaku usaha pangan rumah tangga yang berpartisipasi dalam sosialisasi, diskusi, dan pelatihan.

Daftar Pustaka

- [1] Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, “Pemerintah dorong UMKM naik kelas, tingkatkan kontribusi terhadap ekspor Indonesia,” Jan. 30, 2025. [Online]. Available: <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>. [Accessed: Jul. 29, 2026].
- [2] M. Soediro and A. T. Nurbianto, “Peranan penerapan standar operasional prosedur terhadap penjualan dan kinerja karyawan,” JMBI UNSRAT, vol. 8, no. 3, pp. 845-851, 2021, doi: 10.35794/jmbi.v8i3.36934.
- [3] V. K. Yuwono, M. Soediro, and I. Grasielida, “Pengaruh penerapan SOP terhadap efektivitas kinerja internal dan dampaknya terhadap kualitas produk UMKM kuliner di Surabaya,” Jurnal Manajemen Perhotelan, vol. 11, no. 1, pp. 59-66, 2025, doi: 10.9744/jmp.11.1.59-66.
- [4] C. R. A. K. Rani, Jariyah, H. Munarko, S. Winarti, and K. N. Wahyusi, “Sosialisasi dan perancangan standard operating procedure (SOP) di UD Sofia Cookies Surabaya,” Abdi-Mesin: Jurnal Pengabdian Masyarakat Teknik Mesin, vol. 4, no. 1, pp. 45-53, 2024, doi: 10.33005/abdimesin.v4i1.3.
- [5] R. Fitriani and A. T. Nugraha, “Analisis pengaruh material kemasan, tampilan kemasan, bentuk kemasan, dan informasi pada kemasan terhadap minat beli makanan khas Lampung keripik pisang,” Jurnal Ilmiah Teknik Industri, vol. 12, no. 1, pp. 33-40, 2024, doi: 10.24912/jitiuntar.v12i1.29047.
- [6] Y. T. Prasetyo, H. Tanto, M. Mariyanto, C. Hanjaya, M. N. Young, and S. F. Persada, “Factors affecting the acceptance of healthy food labels: An empirical study in Indonesia,” Frontiers in Nutrition, vol. 8, Art. no. 647504, 2021, doi: 10.3389/fnut.2021.647504.



- [7] I. Mustika, Ferdila, Khadijah, and Sumardin, "Pelatihan perhitungan harga pokok produksi dalam menentukan harga jual produk pada UMKM kuliner di Kelurahan Bengkong Sadai Kota Batam," *I-Com: Indonesian Community Journal*, vol. 4, no. 1, pp. 543-550, 2024, doi: 10.33379/icom.v4i1.4115.
- [8] P. Purnamasari, E. Zuliawati, S. Sellina, and F. M. R. Hariroh, "Pengembangan UMKM melalui sosialisasi strategi bisnis untuk meningkatkan penjualan," *Jurnal Pengabdian Bersama Masyarakat Indonesia*, vol. 2, no. 1, pp. 42-47, 2024, doi: 10.59031/jpbmi.v2i1.302.
- [9] E. Z. Zed, P. Purnamasari, D. Nugroho, and I. Nawangsih, "Pelatihan pengembangan produk olahan pangan lokal untuk meningkatkan daya saing di pasar Kabupaten Bekasi," *SABAJAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 6, pp. 314-322, 2024, doi: 10.59561/sabajaya.v2i06.500.
- [10] E. Suminartika, H. Hapsari, and Y. Deliana, "Pelatihan kemasan produk UMKM di Desa Mekarmanik Kecamatan Cimenyan Kabupaten Bandung Jawa Barat," *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 9, no. 11, pp. 2011-2019, 2024, doi: 10.33084/pengabdianmu.v9i11.8139.
- [11] F. El Hadi, Y. M. Nugraha, and Nurjanis, "Pelatihan branding dan packaging produk UMKM kue bolu di Desa Kuok Kabupaten Kampar," *TRIMAS: Jurnal Inovasi dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 4, no. 1, pp. 46-51, 2024, doi: 10.58707/trimas.v4i1.932.
- [12] R. Siskayanti and H. Iridiastadi, "Implementing quality function deployment (QFD) to enhance competitiveness and user satisfaction in industrial lubricants," *SAINTEKS: Jurnal Sain dan Teknik*, vol. 7, no. 1, pp. 54-64, 2025, doi: 10.37577/sainteks.v7i01.868.

