



## Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Digitalisasi Pasar Pada Masyarakat Penerima Program Jatim Puspa Di Desa Klumutan

Sumani<sup>1</sup>, Nanang Cendriono<sup>2</sup>, Liana Vivin Wihartanti<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun, Jl. Setiabudi No 85 Madiun, Jawa Timur, Indonesia, 63119

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Jalan Budi Utomo Nomor 10, Kecamatan Ponorogo, Kabupaten Ponorogo, Indonesia, 63471

\*Email koresponden: [lianavivin@unipma.ac.id](mailto:lianavivin@unipma.ac.id)

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 14 Jul 2022

Accepted: 16 Nov 2022

Published: 10 Dec 2022

#### Kata kunci:

ekonomi kreatif;  
digitalisasi pasar;  
jatim puspa;  
kemiskinan;  
KPM.

#### Keyword:

creative economy;  
market digitization;  
East Java Puspa;  
Poverty;  
KPM

### ABSTRAK

**Background:** Pengabdian ini dilatarbelakangi oleh kenyataan bahwa Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Puspa Jatim di Desa Klumutan Kabupaten Madiun belum menunjukkan perubahan dan capaian yang signifikan, terutama dalam hal peningkatan kemandirian ekonomi. Pelibatan berfokus pada upaya peningkatan pendapatan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) program Puspa Jatim dalam rangka pemulihan ekonomi akibat wabah Covid-19. Tujuan dari pengabdian kepada masyarakat adalah memberikan teknologi kepada warga Desa Klumutan Kecamatan Saradan Kabupaten Madiun khususnya rumah tangga binaan Program Jawa Puspa Provinsi Jawa Timur agar lebih berdaya secara ekonomi. **Metode:** Bantuan ini fokus pada pengembangan industri kreatif untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Mitra yang berpartisipasi adalah keluarga penerima manfaat Program Puspa (KPM) Jawa Timur Desa Klumutan, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun. Metode yang digunakan dengan memberikan penyuluhan, pelatihan dan pendampingan terhadap KPM desa Klumutan. Pengabdian ini fokus pada dua bidang yaitu bidang produksi dan pemasaran. **Hasil:** Hasilnya tampak bahwa setelah dilakukan penyuluhan pelatihan dan pendampingan terdapat Peningkatan Omset Mitra menjadi 75%, yang sebelumnya hanya 10%, Peningkatan Kualitas dan Kuantitas Produk yang awalnya 20% menjadi 75%, dan Peningkatan pemahaman dan Ketrampilan Mitra tentang Usaha Kreatif berbasis Digitalisasi Pasar awalnya 10% menjadi 75%.

### ABSTRACT

**Background:** This service is motivated by the fact that the Beneficiary Families (KPM) of the East Java Puspa Program in Krumtang Village, Madiun Regency have not shown significant changes and achievements, especially in terms of increasing economic independence. The COVID-19 pandemic is making things worse. The head of the household can only meet their daily needs and has not shown financial independence. The involvement focuses on efforts to increase the income of the Beneficiary Families (KPM) of the East Java Puspa program in the context of economic recovery due to the Covid-19 outbreak. The purpose of community service is to provide technology to the residents of Klumutan Village, Saradan District, Madiun Regency, especially households assisted by the Jawa Puspa Program in East Java Province to be more economically empowered. **Methods:** This assistance focuses on developing creative industries to improve people's welfare. Participating partners are families of beneficiaries of the East Java Puspa Program (KPM) Klumutani Village, Saradan District, Madiun Regency. The selection of partners was based on information, one of the villages that received assistance from the East Java Puspa from the East Java Provincial Government. The method used is to provide counseling, training and assistance to KPM Klumutan village. This service focuses on two areas, namely production and marketing. **Results:** The results show that after the training and mentoring counseling was carried out there was an increase in partner turnover to 75%, which was previously only 10%, an increase in product quality and quantity from 20% to 75%, and an increase in partners' understanding and skills about creative businesses based on market digitization initially 10% to 75%.



## PENDAHULUAN

Masalah kemiskinan menjadi tantangan utama pembangunan di Kabupaten Madiun. Sesuai data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk miskin di Kabupaten Madiun tahun 2019 mencapai 77.750 jiwa atau 11,42 persen dari jumlah penduduk (Timur, 2019). Persentase warga miskin di kabupaten Madiun tersebut masih tergolong tinggi jika dibandingkan dengan persentase di tingkat propinsi Jawa Timur yang hanya 10,98 persen. Upaya yang dilakukan untuk mengurangi kemiskinan antara lain dengan meningkatkan kesejahteraan, baik melalui kinerja perekonomian maupun pemerataan pembangunan serta penajaman program pengentasan kemiskinan. (Mulyadi, 2017) menyatakan bahwa kemiskinan, pada kenyataannya, lebih dilihat dari sudut pandang ekonomi semata. Batasan kemiskinan adalah suatu kondisi di mana orang tidak mempunyai harta benda atau mempunyai pendapatan di bawah batasan nominal tertentu. Tingkatan kemiskinan dinilai atau ditentukan berdasarkan ukuran-ukuran materi, seperti: kondisi fisik dari bangunan atau lingkungan permukiman.

Secara lebih khusus, saat ini tampak adanya peningkatan jumlah masyarakat yang hidup di bawah garis kemiskinan, serta semakin bertambah dan akutnya kondisi kemiskinan yang terjadi pada kepala rumah tangga. Dalam rangka menangani dampak ekonomi dan sosial dimaksud, pemerintah pusat maupun pemerintah daerah telah merancang dan mengimplementasikan berbagai program. Selain itu, pemerintah juga telah melakukan kegiatan realokasi dan refocusing anggaran dalam rangka penanganan dampak Covid-19 (Lestyowati & Kautsarina, 2020) yang salah satunya adalah program Jaring Pengaman Sosial dan program reguler dalam rangka penanganan dampak Covid-19 yaitu Program Jatim Puspa. Program Jatim Puspa difokuskan untuk peningkatan pendapatan Keluarga Penerima Manfaat (KPM) dalam rangka pemulihan ekonomi dampak wabah Covid-19. Program Jatim Puspa ini diprioritaskan bagi KPM Graduasi Sejahtera, Graduasi Mandiri dan Graduasi alamiah Program Keluarga Harapan (PKH) serta KPM yang masuk dalam data Terpadu Kesejahteraan Sosial (DTKS) yang telah ditetapkan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia. Kegiatan dari KPM ini antara lain: 1) Melakukan penguatan terhadap kelompok masyarakat desa dengan bergabung di Bumdes melalui Kelompok Usaha Kreatif, 2) Membangun penguatan modal melalui koperasi simpan pinjam kelompok usaha desa, 3) Membangun jaringan informasi dengan dunia luar berbasis teknologi, dan 4) Membangun jaringan usaha di wilayah luar desa berbasis mitra desa.

Program Jatim Puspa ini merupakan salah satu ikhtiar Pemerintah Provinsi Jawa Timur dalam rangka penanganan dampak Covid-19 untuk meningkatkan ketahanan sosial dan ekonomi masyarakat. Mitra yang dilibatkan dalam PKM ini adalah Desa Klumutan Kec. Saradan terletak di wilayah Timur Kabupaten Madiun. Sebelah Utara berbatasan dengan Desa Sambirejo, sebelah Selatan Desa Sidorejo, sebelah Timur dengan hutan KPH Saradan dan sebelah Barat dengan Desa Sumbersari. Desa Klumutan mempunyai luas wilayah 507 ha. Desa Klumutan dijadikan mitra dari PKM ini karena di desa ini terdapat Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Jatim Puspa yang merupakan program pemerintah propinsi Jawa Timur. Berdasarkan hasil survey dan wawancara dengan beberapa anggota mitra, diketahui bahwa KPM Program Jatim Puspa Desa Klumutan ini sudah dibentuk sejak lama, namun demikian sampai saat ini program tersebut masih belum

menunjukkan dampak perubahan hasil yang signifikan, utamanya dalam meningkatkan kemandirian ekonomi. Kondisi ini diperparah lagi oleh adanya pandemi Covid-19 sehingga program tersebut menjadi tidak kelihatan bekas-bekasnya. Kepala rumah tangga yang sudah menerima bantuan tersebut ternyata hanya dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari saja sehingga belum menunjukkan kemandirian secara ekonomi.

Berdasarkan paparan dari hasil analisis situasi di atas, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi mitra yang di antaranya sebagai berikut. Belum berkembangnya usaha kreatif yang dikelola oleh KPM Jatim Puspa Desa Klumutan, terutama di masa pandemi Covid-19, Belum adanya produk ekonomi kreatif spesifik yang dikelola secara berkelanjutan, Belum adanya penguatan modal melalui koperasi simpan pinjam kelompok usaha KPM Jatim Puspa di Desa Klumutan, Kurangnya pengetahuan tentang e-commerce, digital marketing atau digitalisasi pasar, yakni pemanfaatan jaringan informasi berbasis teknologi untuk menunjang kegiatan ekonomi, Kurangnya jaringan usaha dengan mitra usaha di luar desa Klumutan, Belum adanya alat produksi yang menunjang usaha KPM Jatim Puspa Desa Klumutan. Berdasarkan Permasalahan tersebut maka tujuan kegiatan ini digunakan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan strategi pemasaran yang tepat khususnya melalui Pelatihan Pembuatan Produk Jamu dengan Berbagai Varian, Pelatihan *Packaging* Produk dan Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk melalui *e-commerce/Digital Marketing*.

## **METODE PELAKSANAAN**

Pelaksanaan program dilakukan dari bulan Januari sampai dengan November 2022 pada 1 Mitra kelompok ekonomi mengarah ke bidang produktif yaitu KPM Program Jatim Puspa desa Klumutan kabupaten Madiun. Adapun dua bidang yang akan diterapkan dalam Program ini adalah bidang produksi dan bidang pemasaran. Metode pendekatan yang akan dilakukan pada program kemitraan masyarakat yang ditawarkan untuk menyelesaikan persoalan terkait dengan permasalahan dalam bidang produksi dan pemasaran dapat diuraikan sebagai berikut.

**Metode dan Tahapan Pelaksanan Program dilaksanakan melalui beberapa tahapan:**

### **a. Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, kegiatan yang dilaksanakan diantaranya adalah 1) Survei lapangan berhubungan dengan masalah mitra. Survey ini dilakukan beberapa kali dengan cara diskusi informal dengan kepala desa Klumutan dan KPM Jatim Puspa desa Klumutan. 2) Koordinasi dengan TIM Pengabdian terkait pelaksanaan pengabdian. 3) Penyamaan persepsi TIM Pengabdian dengan Mitra. Kegiatan ini sekaligus digunakan untuk menggali informasi terkait dengan pengetahuan, pemahaman dan konsep yang sudah dipahami dan diterapkan selama ini, serta kendala-kendala yang dihadapi dalam produksi jamu. 4) Sosialisasi program dan jadwal pelaksanaan program Pengabdian Kepada Masyarakat. 5) Menyiapkan instrumen untuk pelaksanaan program.

### **b. Tahap Pelaksanaan**

Pada Tahap pelaksanaan dengan menerapkan prosedur kerja sesuai dengan bidang yang akan diselesaikan permasalahannya. Adapun prosedur kerja tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut. 1) Pelatihan Pembuatan Produk Jamu Pada kegiatan ini, pengusul bersama mitra KPM

Jatim Puspa Desa Klumutan mengadakan kegiatan bersama pembuatan produk jamu dengan menggunakan bahan yang telah disediakan dengan menggunakan peralatan yang telah disediakan. Pelaksanaan program ini melibatkan semua TIM pengabdian dan mitra. Produk dari pelatihan ini adalah dihasilkannya bentuk produk jadi yang siap untuk dikonsumsi dan dipasarkan. dan pendampingan secara teknologi tersebut, diharapkan akan bisa menyebarluaskan pengalamannya kepada orang lain sehingga keberlanjutan ini bisa benar-benar terjadi. Dengan demikian program ini akan memberikan dampak lebih luas lagi. 2) Pelatihan Packaging Produk Pelatihan packaging/pengemasan jamu dilakukan guna memberikan keterampilan kepada KPM Jatim Puspa Desa Klumutan supaya bisa menghasilkan produk kemasan yang aman, sehat, higienis dan menarik. Pelatihan ini dihadiri oleh mitra yang berjumlah 30 orang dan ditindaklanjuti dengan praktik pengemasan produk dengan menggunakan mesin Wrapping, 3) Pelatihan *E-Commerce/Digital Marketing* Pada kegiatan ini, Pengabdian bersama mitra dalam hal ini KPM Jatim Puspa Desa Klumutan mengadakan pelatihan guna menghasilkan produk berupa media *e-commerce* yang siap digunakan untuk mempromosikan produk jamu yang sudah dihasilkan. Pelatihan ini sekaligus juga meningkatkan pemahaman mitra tentang pentingnya promosi usaha dalam rangka meningkatkan penjualan produk, yang kemudian bisa mewujudkan kemandirian ekonomi. Dengan memberikan pelatihan pembuatan instrument penjualan secara online melalui aplikasi pemasaran on line melalui <https://puspa.biz/>.

### c. Tahap Pendampingan/Pembimbingan

Pendampingan atau pembimbingan dilaksanakan secara bertahap. Pendampingan dilakukan secara terjadwal secara rutin guna memberikan pelayanan kepada mitra. Pendampingan atau pembimbingan ini dilakukan melalui dua mode yaitu komunikasi dengan mitra secara langsung maupun secara tidak langsung, yakni pendampingan secara virtual

### Partisipasi Mitra Dalam Pelaksanaan Program

Partisipasi mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah KPM Jatim Puspa Desa Klumutan dengan jumlah anggota mitra sebanyak 38 orang. Partisipasi Mitra pada program ini diwujudkan dalam bentuk keikutsertaan mereka di dalam setiap kegiatan, mulai dari keterlibatan mereka sebagai informan ketika dilakukan survey, maupun pada pada kegiatan-kegiatan yang lainnya termasuk sosialisasi program maupun semua kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Dengan partisipasi aktif, mitra diharapkan bisa belajar dan melakukan perubahan cara pandang, pemikiran dan juga keinginan untuk terus maju, utamanya dalam rangka menanggulangi kemiskinan melalui kegiatan usaha produktif untuk mewujudkan kemandirian secara ekonomi. Dengan demikian, indikator tujuan dari program pengabdian masyarakat ini yaitu meningkatnya kesejahteraan ekonomi masyarakat, akan dapat tercapai.

### Evaluasi Pelaksanaan Program dan Keberlanjutan Program

Evaluasi dan monitoring dilakukan untuk mengetahui permasalahan dan kendala yang dihadapi selama proses kegiatan. Monitoring dilaksanakan secara periodik setelah implementasi program dengan mengadakan kunjungan lapangan sebanyak dua (2) hingga tiga (3) kali setiap minggunya dengan melihat situasi dan kondisi di lapangan. Tim yang melakukan monitoring dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan kepentingan dari kegiatan program.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada Kegiatan ini Tim pengabdian kepada masyarakat telah melaksanakan kegiatan penyuluhan dan pelatihan dalam bidang produksi dan pemasaran produk. Kegiatan ini meliputi :

### Pelatihan Pembuatan Produk Jamu dengan Berbagai Varian

Pelatihan pembuatan produk jamu perlu dilakukan sebagai upaya untuk menghidupkan kembali produksi jamu yang sudah pernah dilakukan namun tidak ada keberlanjutannya. Dengan didukung oleh adanya pelatihan disertai dengan tersedianya alat produksi, maka produk jamu dengan kualitas yang lebih baik diharapkan dapat dimunculkan kembali sehingga produktifitas dari KPM Jatim Puspa dapat meningkat. Menurut [Sumarwan \(2011\)](#) keputusan pembelian konsumen merupakan suatu keputusan sebagai pemilikan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Proses keputusan pembelian merupakan proses keputusan yang terdiri dari beberapa tahap yang dipergunakan para konsumen dalam melakukan pembelian. Semua proses keputusan tidak semua berakhir pada keputusan pembelian. [Faradisa dkk., \(2016\)](#) variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.



Gambar.1. Pelatihan Pembuatan Produk Jamu

### Pelatihan *Packaging* Produk

Teknologi *packaging* dilakukan untuk meningkatkan higienitas produk jamu yang dihasilkan, sedangkan formulasi jamu yang baru dilakukan untuk menyesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan pasar di saat ini ([Julianti, 2014](#)). Kondisi pandemi Covid-19 menuntut semua sektor ekonomi untuk melakukan *less contact economy* yaitu proses kegiatan perdagangan dengan meminimalisir kontak atau hubungan langsung antara produsen, *seller* dan konsumen. *Peckhing* produk ini merupakan faktor penting dalam meningkatkan pendapatan hal ini dikarenakan meskipun produk yang dihasilkan menarik, akan tetapi dalam pengemasannya belum maksimal sehingga produk belum memiliki ciri khas jika dilihat dalam kemasannya. Hal ini dapat dilihat bahwa produk hanya dikemas dengan menggunakan gambar seadanya tanpa ada logo khusus, bentuk desain yang masih tradisional, font tulisan yang tidak serasi dengan desain yang digunakan, serta pemilihan warna yang kurang sesuai dengan produk. Kurangnya keahlian pelaku bisnis dalam membuat kemasan yang cocok dengan produknya berdampak pada kesulitan menembus pasar nasional ([Primandari, 2021](#)). Desain dan produksi bungkus sebuah produk disebut dengan kemasan ([Kotler, 1999](#)), ([Bastomi & Sholehuddin, 2022](#)).

[Maryama et al., \(2018\)](#) menyatakan bahwa kemasan produk menjadi sangat penting untuk

mendongkrak penjualan, namun hanya sedikit pelaku usaha terutama pelaku usaha mikro dan kecil yang memperhatikan kemasan produknya. Hal ini tentunya dapat berdampak pada penurunan ekspektasi pembeli terhadap produk yang dijual. Sebagian besar pelaku usaha masih beranggapan bahwa kemasan menarik membutuhkan biaya yang cukup besar serta tidak terlalu mempengaruhi omset penjualan. Adanya kemasan/*packaging* yang baik hendaknya dapat menjadi media komunikasi/promosi yang mendongkrak penjualan, karena *packaging* pada saat ini mengalami pergeseran fungsi yang awalnya hanya melindungi sebuah produk, kini berfungsi sebagai identifikasi sebuah merk dagang. Perkembangan *packaging* akhirnya menjadikan bagian ujung tombak dari promosi suatu produk yang akhirnya berfungsi meningkatkan nilai jual produk (Anasrulloh & Basiron, 2017). Poin penting sebagai kunci penjualan produk adalah pengembangan bentuk kemasan serta visualisasi desain produk kemasan yang mampu meningkatkan daya tarik penjualan (Nursidiq & Iftayani, 2020).

*Packaging* kemasan yang menarik dan bagus merupakan nilai tambah bagi produk apapun yang dijual, dan itu bisa menjadi nilai tambah juga untuk wirausaha yang nanti akan menjadi terkenal (Kemal et al., 2019). Produk unik yang dikemas dengan menarik tentunya akan menambah nilai jual produk dan meningkatkan kepercayaan konsumen kepada produk itu sendiri (Dewi & Ningrum, 2020). Selain itu, masyarakat yang menggunakan pasar online memiliki kendala terkait teknik dalam mengemas barang dengan baik. Apabila produk yang dikemas kurang baik, maka kemungkinan besar produk yang dikirimkan akan rusak di perjalanan. Tentunya, hal ini bisa menjadi nilai negatif konsumen kepada produk yang dijual sehingga tidak melakukan pembelian ulang. Selain itu, pengemasan yang kurang menarik juga berpengaruh pada penetapan harga jual yang rendah (Dinnullah et al., 2022).

Berdasarkan analisis kondisi situasi di atas, dalam rangka memecahkan masalah yang dihadapi Usaha maka tim peneliti memberikan solusi dengan cara pelatihan Pelatihan *Packaging* Produk. Pemilihan desain produk disesuaikan dengan permintaan masyarakat sehingga memudahkan dalam penjualan produk jamu yang ditawarkan.



Gambar 2. Pelatihan Pelatihan *Packaging* Produk

### **Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Produk melalui e-commerce/Digital Marketing**

Peningkatan permintaan inilah yang akan mendorong proses produksi yang diakibatkan adanya kenaikan penjualan. Indikator strategi promosi yang jitu dapat dilihat dari peningkatan volume penjualan setelahnya. Strategi promosi adalah mengacu pada semua bentuk dasar dari komunikasi pemasaran meliputi media massa tradisional (televisi, majalah, dsb), iklan *online* (Situs, pesan surat elektronik, SMS, dsb), promosi penjualan (sampel, kupon, rabat, barang-barang premium,

dsb), *public relations* dan iklan rilis, sponsorship acara-acara, presentasi bagian penjualan dan berbagai bentuk jaminan sebagai sarana komunikasi (Terence, 2003). Strategi promosi merupakan berbagai sarana dan media komunikasi yang terintegrasi dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) (Lestari et al., 2021).



**Partisipasi mitra dalam pengabdian masyarakat ini juga menjadi peran sentral dalam kelancaran kegiatan ini.**

Mitra sangat proaktif dalam membantu kenacaran program ini diwujudkan dalam bentuk keikutsertaan mereka di dalam setiap kegiatan, mulai dari keterlibatan mereka sebagai informan ketika dilakukan survey, maupun pada pada kegiatan-kegiatan yang lainnya termasuk sosialisasi program maupun semua kegiatan pelatihan yang akan dilaksanakan. Kontribusi mitra berupa *In Kind* yakni berupa 1) penyediaan tempat untuk pelaksanaan pelatihan dan tempat pembuatan produk; 2) sudah tersedianya UMKM di desa Mitra yang bisa digunakan oleh TIM PKM untuk menjalankan program ini.; 3) Tersedianya SDM Mitra yakni para pengrajin Jamu tradisional di desa. Hal ini didukung pernyataan (Paserangi & Jumawan, 2019) untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh mitra dengan cara kerja partisipasi aktif antara tim pengusul dengan mitra. Tim pengusul sebagai pengendali kegiatan berperan aktif dalam kegiatan pendampingan dan pembinaan secara berkala kepada mitra dengan cara koordinasi secara intens.

### **Monitoring dan Evaluasi Program Pengabdian Kepada Masyarakat**

Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi dari TIM PKM, Hasil dari kegiatan ini bahwa setelah dilakukan penyuluhan pelatihan dan pendampingan terdapat peningkatan omset mitra menjadi 75%, yang sebelumnya hanya 10%, peningkatan kualitas dan kuantitas produk yang awalnya 20% menjadi 75%, dan peningkatan pemahaman dan ketrampilan mitra tentang usaha kreatif berbasis digitalisasi pasar awalnya 10% menjadi 75%. Terdapat kesulitan atau hambatan yang dihadapi selama kegiatan PKM diantaranya adalah (1) Kesulitan dalam mendapatkan alat Teknologi Tepat Guna (TTG) yang benar-benar sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan dengan harga yang terjangkau, serta dengan kegunaan yang sesuai dengan yang ditargetkan; (2) kesulitan dalam penjadwalan kegiatan karena melibatkan banyak orang dengan kesibukannya masing-masing serta ketersediaan alat untuk implementasi program di lapangan; (3) Keterbatasan kemampuan Mitra PKM ini, terkait dengan penggunaan teknologi informasi untuk menjalankan program. Upaya yang sudah kami lakukan adalah evaluasi pelaksanaan dilaksanakan dengan melakukan observasi maupun dengan melakukan wawancara baik secara formal maupun informal dengan mitra maupun setiap individu yang terlibat dalam melaksanakan program ini. Di sisi lain keberlanjutan program, juga menjadi poin penting yang

akan selalu diperhatikan oleh Tim PKM. Dengan selalu memperhatikan keberlanjutan program, diharapkan perkembangan program akan selalu terpantau sehingga mitra akan merasa selalu didampingi untuk selanjutnya mitra akan menjadi lebih produktif dan lebih optimal lagi dalam melanjutkan programnya. Selain itu, mitra yang sudah mendapatkan pelatihan dan pendampingan secara teknologi tersebut, diharapkan akan bisa menyebarkan pengalamannya kepada orang lain sehingga keberlanjutan ini bisa benar-benar terjadi. Dengan demikian program ini akan memberikan dampak lebih luas lagi. Hasil evaluasi ini juga diperkuat menurut (Choirina & Reinold, 2021) yang menyatakan motivasi masyarakat untuk berwirausaha dan memanfaatkan teknologi informasi meningkat setelah dilakukan kegiatan PKM dengan menggunakan *digital platform* yang dapat digunakan oleh khalayak ramai, khususnya masyarakat desa, tetapi perlu dimodifikasi dan dioptimalisasi yang mendukung pemasaran produk unggulan desa.

## KESIMPULAN

Pemberdayaan keluarga penerima manfaat program Puspa Jawa Timur dapat dilaksanakan dalam berbagai bentuk, mulai dari kegiatan sederhana hingga pelatihan khusus. Pelatihan salah satu solusi atas permasalahan mitra yang diharapkan dapat meningkatkan pengaruhnya positif bagi mitra. Setelah adanya pengabdian masyarakat menunjukkan masyarakat Keluarga Penerima Manfaat (KPM) Program Jatim Puspa dapat membuat produk jamu dengan kualitas yang lebih baik sehingga produktivitas dari KPM Jatim Puspa dapat meningkat, Teknologi *packaging* yang dilakukan dapat meningkatkan higienitas produk jamu yang dihasilkan. Dengan diterapkannya metode-metode yang dilakukan pada kegiatan ini membuat mitra lebih produktif dan inovatif dalam berkarya. Target yang sudah tercapai dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini ditunjukkan dengan adanya peningkatan omset, kualitas dan kuantitas produk, serta peningkatan pemahaman dan ketrampilan mitra tentang usaha Kreatif berbasis digitalisasi pasar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada Kemenristekdikti yang sudah membiayai pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih disampaikan kepada LPPM UNIPMA, Pemerintah Desa Klumutan, dan keluarga penerima manfaat Program Puspa (KPM) Jawa Timur Desa Klumutani, Kecamatan Saradan, Kabupaten Madiun yang membantu pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini hingga berjalan dengan lancar dan sukses.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anasrulloh, M., & Basiron, B. (2017). Pelatihan pembuatan kemasan (*packaging*) untuk meningkatkan pemasaran produk olahan Kue Kacang Emping Melinjo. *J-ADIMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 5(1).
- Bastomi, M., & Sholehuddin, S. (2022). Peningkatan Penjualan Produk Industri Kreatif Melalui Pelatihan *Packaging* dan *Packing* di RW 01 Kelurahan kedungkandang Kota Malang. *RESWARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 434–441.
- Choirina, H., & Reinold, A. (2021). Digitalisasi Produk Unggulan Desa Sukamaju Pekanbaru berbasis Qr Code dan Facebook Marketplace. *Jumat Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 25–28.
- Dewi, T. A., & Ningrum, Y. R. E. S. (2020). *Pelatihan Packaging Kain Flanel Di Panti Asuhan Muhammadiyah Budi Utomo Metro*.
- Dinnullah, R. N. I., Dany'el Irawan, N., Nurdin, S., & Susilo, D. A. (2022). Peningkatan Produktivitas Petani Kopi Melalui Sekolah Lapang Kopi dan Workshop *Packing Process* Berbasis Pemberdayaan Masyarakat. *JKMI (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Indonesia)*, 3(1), 38–46.
- Faradisa, I., Hasiholan, L. B., & Minarsih, M. M. (2016). Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian coffeeshop Semarang (ICOS CAFE). *Journal of Management*, 2(2).

- Julianti, S. (2014). *The art of packaging: Mengenal metode, teknik, & strategi*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kemal, A. B. N., Dwiyani, P. P. N., Ahmad, H. M., Muhammad, S. S., Frally, F., & Oktivasari, P. (2019). Pelatihan Packaging Dan Pemasaran Umkm Online Di Desa Sindangmulya, Kabupaten Bekasi. *Mitra Akademia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2).
- Kotler, P. (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, buku satu*.
- Lestari, R. B., Widagdo, H., Meirisa, F., Pramuditha, C. A., & Kardinal, K. (2021). Pengabdian Masyarakat pada Pemilik Usaha Kecil di Kelurahan Suka Mulya Kecamatan Sematang Borang. *Publikasi Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 37–42.
- Lestyowati, J., & Kautsarina, A. F. (2020). Implementasi Realokasi Anggaran Dan Refocussing Kegiatan Di Masa Pandemi Covid-19 Studi Kasus Bdk Yogyakarta. *Simposium Nasional Keuangan Negara*, 2(1), 424–439.
- Maryama, S., Yandri, P., & Istimal, I. (2018). Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kota Tangerang Selatan. *Prosiding Sembadha*, 1, 156–159.
- Mulyadi, M. (2017). Peran Pemerintah Dalam Mengatasi Pengangguran Dan Kemiskinan Dalam Masyarakat. *Kajian*, 21(3), 221–236.
- Nursidiq, C., & Iftayani, I. (2020). Pelatihan Packaging dan Pendampingan Pemasaran Online bagi UMKM Yangko Anindita Purworejo. *Proceeding of The URECOL*, 99–104.
- Paserangi, I., & Jumawan, F. (2019). Program Kemitraan Masyarakat (PKM) Berbasis Teknologi Tepat Guna (TTG) Clothing Di Makassar. *Abdimas Toddopuli: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(1), 63–68.
- Primandari, P. N. (2021). Pelatihan Desain Label Packaging pada Produk Olahan Pisang di Desa Kebondalem, Kabupaten Jombang. *JPM17: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1).
- Sumarwan, U. (2011). Perilaku konsumen. *Bogor: Ghalia Indonesia*, 2.
- Terence, A. S. (2003). Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Diterjemahkan Oleh Deyvani Sahrial Dan Arikasani*. Jakarta: Erlangga.
- Timur, B. P. S. J. (2019). Badan Pusat Statistik Jawa Timur. *BPS JATIM*.