
Pengembangan Model Repacking dan Digitalisasi Distribusi Produk Sembako untuk Produk Singapura

Hery Haryanto¹, Octavianus²

Universitas Internasional Batam^{1,2}



Email heryharyanto@uib.edu, 2241143.octavianus@uib.edu

INFO ARTIKEL

Histori Artikel:

Diterima 12-12-2025

Disetujui 22-12-2025

Diterbitkan 24-12-2025

Katakunci:

Rpacking;

Digitalisasi;

UMKM;

PKM

ABSTRAK

PKM ini bertemakan “Pengembangan Model Repacking dan Digitalisasi Distribusi Produk Sembako untuk Produk Singapura”. Proses perancangan luaran pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini di UMKM Toko Bagan dilakukan secara sistematis berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha. Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Toko Bagan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program PKM ini mampu memberikan solusi terhadap permasalahan pengemasan produk sembako melalui pengembangan model repacking yang lebih aman, rapi, dan praktis bagi pelanggan Singapura. Selain itu, penerapan digitalisasi distribusi produk melalui QR Code memberikan nilai tambah dalam penyampaian informasi produk serta meningkatkan kepercayaan pelanggan. Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari persiapan, perancangan, implementasi, hingga evaluasi. Mitra menunjukkan respons positif dan mampu memahami serta menerapkan luaran yang dihasilkan. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing UMKM..

Bagaimana Cara Sitas Artikel ini:

Hery Haryanto, & Octavianus. (2025). Pengembangan Model Repacking dan Digitalisasi Distribusi Produk Sembako untuk Produk Singapura. *Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 2302-2309. <https://doi.org/10.63822/mkdt0e10>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian karena berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, serta pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat. Namun demikian, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing, terutama dalam aspek pengemasan produk dan pemanfaatan teknologi digital. Pengemasan produk tidak lagi hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga menjadi sarana komunikasi nilai produk kepada konsumen yang dapat memengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian (Huda *et al.*, 2022).

Dalam konteks globalisasi dan meningkatnya mobilitas konsumen lintas negara, kebutuhan akan pengemasan produk yang aman, informatif, dan sesuai regulasi menjadi semakin penting. Penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam pengemasan mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperpanjang daya simpan, serta meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya pada produk pangan dan kebutuhan pokok (Silayoi & Speece, 2021). Namun, banyak UMKM masih menggunakan metode pengemasan konvensional yang kurang memperhatikan aspek keamanan, kerapian, dan kemudahan distribusi, terutama untuk konsumen internasional.

Seiring dengan perkembangan teknologi, digitalisasi menjadi solusi penting bagi UMKM untuk meningkatkan efisiensi distribusi dan kualitas pelayanan. Digitalisasi memungkinkan UMKM untuk menyampaikan informasi produk secara lebih cepat, transparan, dan interaktif kepada konsumen (Nazaruddin *et al.*, 2024). Studi terdahulu menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital oleh UMKM berpengaruh positif terhadap kinerja operasional, perluasan pasar, serta hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Rahayu & Day, 2021). Namun, tingkat adopsi digital UMKM masih relatif rendah akibat keterbatasan sumber daya, literasi digital, dan pemahaman implementasi teknologi yang tepat.

Salah satu bentuk digitalisasi yang relatif sederhana namun efektif adalah penggunaan Quick Response (QR) Code pada kemasan produk. QR Code memungkinkan konsumen mengakses informasi produk secara instan, seperti jenis produk, asal, komposisi, hingga informasi tambahan yang relevan. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa penggunaan QR Code pada kemasan produk pangan dapat meningkatkan keterlibatan konsumen, kepercayaan terhadap produk, serta persepsi transparansi rantai pasok (Zhang *et al.*, 2024). Selain itu, QR Code juga berfungsi sebagai media penghubung antara produk fisik dan platform digital UMKM.

Lebih lanjut, integrasi QR Code dalam kemasan produk terbukti mampu meningkatkan pengalaman konsumen dan mendukung strategi distribusi modern, terutama dalam konteks perdagangan lintas negara (cross-border trade). Konsumen internasional cenderung membutuhkan informasi produk yang lebih lengkap sebelum melakukan pembelian atau membawa produk ke negaranya, sehingga kemasan yang informatif menjadi faktor krusial (Pérez-Villarreal *et al.*, 2023). Meskipun demikian, penerapan QR Code dalam kemasan UMKM di Indonesia masih terbatas dan belum dimanfaatkan secara optimal.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan suatu upaya pengembangan model repacking dan digitalisasi distribusi produk sembako yang dapat diterapkan secara praktis oleh UMKM. Pengembangan model ini diharapkan mampu meningkatkan keamanan dan kerapian pengemasan produk sekaligus memanfaatkan teknologi QR Code sebagai media informasi produk. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini difokuskan pada pengembangan model repacking dan digitalisasi distribusi produk

sembako untuk pelanggan Singapura, guna meningkatkan kualitas pelayanan, daya saing, dan kesiapan UMKM dalam menghadapi pasar internasional.

Tantangan terbesar yang dihadapi oleh Toko Bagan saat ini adalah kesusahan dalam pengemasan produk sembako yang akan dibawa oleh pelanggan Singapura kembali ke Negaranya. Dan Toko Bagan juga mempunyai tantangan terhadap digitalisasi produk yang berpotensi untuk membantu Toko Bagan dalam pelayanan pelanggan dan juga penjualan. Dengan demikian praktik ini akan diuraikan dalam laporan PKM dengan judul **“Pengembangan Model Repacking dan Digitalisasi Distribusi Produk Sembako untuk Produk Singapura”**.

METODE PELAKSANAAN

Teknik Pengumpulan Data

Dalam PKM ini, sumber yang digunakan adalah sumber data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara atau observasi. Dalam pengumpulan data penelitian, penulis melakukan beberapa metode, yaitu:

- a. Wawancara. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab (Esterberg, 2016), di mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan (Mulyana, 2016), sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2016). Penulis melakukan wawancara dengan perwakilan pihak perusahaan yaitu bapak Suwandi secara *Direct*. Dalam proses wawancara, penulis bertanya mengenai kegiatan usaha sehari-hari pada Toko Bagan.
- b. Observasi selain wawancara, observasi juga merupakan salah satu teknik pengumpulan data primer. Menurut Supardi (2016) metode observasi merupakan metode pengumpul data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis gejala-gejala yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran riil suatu peristiwa atau kejadian untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sudaryono, 2017).

Dalam observasi ini, penulis menemukan bahwa Toko Bagan masih menggunakan strategi digital marketing tradisional, seperti promosi oleh sales secara berlangsung terhadap *customer* dan *word of mouth marketing*, sehingga kurangnya wawasan untuk menggunakan strategi pemasaran secara modern.

Proses Perancangan Luaran

Proses perancangan luaran pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Toko Bagan dilakukan secara sistematis berdasarkan hasil pengumpulan data melalui wawancara dan observasi langsung di lokasi usaha. Tahap awal perancangan dimulai dengan mengidentifikasi kondisi operasional UMKM serta permasalahan utama yang dihadapi, khususnya terkait pengemasan produk sembako untuk pelanggan Singapura dan keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital.

Setelah permasalahan teridentifikasi, dilakukan diskusi dan koordinasi dengan pemilik usaha untuk memperoleh kesepakatan mengenai kebutuhan luaran yang akan dikembangkan. Pada tahap ini, penulis bersama mitra membahas konsep model repacking yang aman, rapi, dan sesuai dengan kebutuhan

perjalanan lintas negara, serta bentuk digitalisasi distribusi produk yang mudah diterapkan oleh UMKM, yaitu melalui penggunaan QR Code sebagai media informasi produk. Tahap selanjutnya adalah penyusunan desain dan rancangan luaran. Perancangan model repacking dilakukan dengan mempertimbangkan aspek fungsionalitas, kerapian, keamanan produk, serta kemudahan bagi pelanggan dalam membawa produk ke Singapura. Sementara itu, perancangan digitalisasi difokuskan pada pembuatan QR Code yang terhubung dengan informasi produk sembako, sehingga pelanggan dapat dengan mudah mengakses detail produk secara cepat dan praktis. Setelah desain luaran selesai, dilakukan tahap implementasi awal dan uji coba secara terbatas bersama mitra. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa model repacking dan sistem digitalisasi yang dirancang dapat diterapkan dengan baik dalam kegiatan operasional UMKM. Selanjutnya, dilakukan evaluasi terhadap hasil penerapan luaran, termasuk menerima masukan dari pemilik usaha, untuk memastikan luaran yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan mitra dan dapat digunakan secara berkelanjutan.

Tahapan Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan PKM ini terdiri dari tahap persiapan, pelaksanaan, penilaian, dan pelaporan.

1. Tahap Persiapan

Tahap persiapan merupakan tahap awal pelaksanaan PKM yang bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi dan kebutuhan UMKM. Pada tahap ini, penulis melakukan kunjungan langsung ke lokasi usaha untuk mengamati proses operasional dan pola pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, dilakukan wawancara dengan pemilik usaha guna menggali informasi terkait permasalahan pengemasan produk sembako dan peluang penerapan digitalisasi distribusi. Hasil observasi dan wawancara tersebut digunakan sebagai dasar dalam menyusun rencana kegiatan dan menentukan bentuk luaran yang akan dikembangkan.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan merupakan tahap inti dari kegiatan PKM. Pada tahap ini dilakukan perancangan dan penerapan model repacking produk sembako yang lebih rapi, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan Singapura. Selain itu, dilakukan pengembangan digitalisasi distribusi produk melalui pembuatan QR Code yang berisi informasi produk sembako. Seluruh kegiatan pelaksanaan dilakukan dengan melibatkan mitra secara aktif agar luaran yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan mudah diterapkan dalam kegiatan operasional sehari-hari.

3. Tahap Penilaian

Tahap penilaian dilakukan untuk mengevaluasi efektivitas luaran yang telah diterapkan. Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung terhadap penggunaan model repacking dan pemanfaatan QR Code oleh mitra, serta melalui diskusi dan umpan balik dari pemilik usaha. Tahap ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana luaran yang dihasilkan mampu meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi distribusi produk sembako.

4. Tahap Pelaporan

Tahap pelaporan merupakan tahap akhir dari kegiatan PKM. Pada tahap ini, seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan didokumentasikan secara sistematis dalam bentuk laporan akhir. Laporan tersebut memuat latar belakang kegiatan, metode pelaksanaan, hasil dan luaran yang dicapai, evaluasi kegiatan, serta rekomendasi untuk pengembangan usaha ke depannya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Target Kegiatan

Target kegiatan dari pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah membantu UMKM Toko Bagan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan efisiensi distribusi produk sembako, khususnya bagi pelanggan asal Singapura. Kegiatan ini difokuskan pada perancangan dan penerapan model repacking produk yang lebih rapi, aman, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan lintas negara, sehingga produk dapat dibawa dengan mudah dan aman ke luar negeri. Selain itu, kegiatan ini juga menargetkan penerapan digitalisasi distribusi produk melalui pemanfaatan teknologi sederhana berupa QR Code. Digitalisasi ini diharapkan dapat mempermudah pelanggan dalam mengakses informasi produk, seperti jenis sembako, asal produk, serta keterangan tambahan lainnya, sekaligus meningkatkan profesionalisme dan kepercayaan pelanggan terhadap UMKM. Secara keseluruhan, target kegiatan PKM ini adalah terciptanya sistem pengemasan dan distribusi produk sembako yang lebih modern, efisien, dan bernilai tambah, sehingga Toko Bagan mampu meningkatkan daya saing usaha, kualitas layanan, serta kesiapan UMKM dalam menghadapi perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar internasional..

Perancangan Luaran Kegiatan

Perancangan luaran kegiatan pada program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Toko Bagan dilakukan berdasarkan hasil observasi lapangan dan wawancara langsung dengan pemilik usaha. Dari hasil analisis awal, diketahui bahwa Toko Bagan belum memiliki sistem pengemasan produk yang optimal untuk pelanggan Singapura serta belum memanfaatkan teknologi digital secara maksimal dalam penyampaian informasi produk. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam penentuan luaran kegiatan yang difokuskan pada pengembangan model repacking produk sembako dan penerapan digitalisasi distribusi melalui QR Code.

Proses perancangan diawali dengan diskusi bersama pemilik usaha untuk memahami kebutuhan dan kendala yang dihadapi dalam aktivitas operasional sehari-hari. Selanjutnya, dirancang konsep pengemasan produk yang lebih rapi, aman, dan praktis, sehingga produk sembako dapat dibawa oleh pelanggan ke luar negeri dengan lebih nyaman. Selain itu, dirancang pula sistem digitalisasi sederhana berupa QR Code yang memuat informasi produk, dengan tujuan meningkatkan kepercayaan pelanggan serta memberikan nilai tambah pada produk UMKM.

Luaran yang Dicapai

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan PKM, beberapa luaran berhasil dicapai sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Luaran utama yang dihasilkan adalah model repacking produk sembako yang lebih tertata dan aman, sehingga mampu meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan, khususnya pelanggan asal Singapura. Model pengemasan ini dirancang agar mudah diterapkan oleh mitra dan sesuai dengan kebutuhan distribusi lintas negara. Selain itu, luaran lainnya adalah penerapan digitalisasi distribusi produk melalui penggunaan QR Code. QR Code tersebut digunakan sebagai media informasi produk yang dapat diakses dengan mudah oleh pelanggan. Luaran pendukung lainnya meliputi dokumentasi kegiatan PKM serta penyusunan laporan akhir yang memuat seluruh rangkaian kegiatan, hasil yang dicapai, dan rekomendasi pengembangan usaha ke depan.

Proses Implementasi Luaran

Proses implementasi luaran dilaksanakan secara bertahap dan melibatkan mitra secara aktif. Implementasi diawali dengan pengenalan konsep repacking dan digitalisasi kepada pemilik usaha, kemudian dilanjutkan dengan penerapan langsung model pengemasan produk sembako. Proses ini dilakukan di lokasi usaha dengan memperhatikan aspek kerapian, keamanan produk, dan kemudahan penggunaan bagi pelanggan.



Gambar 1. Hasil Packing tertutup rapat.

Selanjutnya, QR Code yang telah dirancang diimplementasikan pada produk sembako sebagai sarana penyampaian informasi produk. Pemilik usaha juga diberikan penjelasan mengenai cara penggunaan dan pemanfaatan QR Code dalam mendukung pelayanan pelanggan. Dengan adanya pendampingan ini, mitra diharapkan mampu mengelola dan memanfaatkan luaran secara mandiri dalam kegiatan operasional sehari-hari.



Gambar 2. QR Code

Kondisi Setelah Implementasi

Setelah implementasi luaran dilakukan, terdapat beberapa perubahan positif pada kondisi UMKM Toko Bagan. Pengemasan produk menjadi lebih rapi dan aman, sehingga meningkatkan kenyamanan pelanggan dalam membawa produk sembako ke Singapura. Selain itu, digitalisasi distribusi melalui QR Code memberikan kemudahan bagi pelanggan dalam memperoleh informasi produk secara cepat dan akurat. Dari sisi mitra, terdapat peningkatan pemahaman mengenai pentingnya inovasi pengemasan dan pemanfaatan teknologi digital dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Secara keseluruhan, implementasi

luaran memberikan dampak positif terhadap profesionalisme usaha dan kesiapan UMKM Toko Bagan dalam menghadapi kebutuhan pasar yang lebih luas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) di UMKM Toko Bagan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan ini berhasil mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Program PKM ini mampu memberikan solusi terhadap permasalahan pengemasan produk sembako melalui pengembangan model repacking yang lebih aman, rapi, dan praktis bagi pelanggan Singapura. Selain itu, penerapan digitalisasi distribusi produk melalui QR Code memberikan nilai tambah dalam penyampaian informasi produk serta meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui tahapan yang sistematis, mulai dari persiapan, perancangan, implementasi, hingga evaluasi. Mitra menunjukkan respons positif dan mampu memahami serta menerapkan luaran yang dihasilkan. Dengan demikian, kegiatan PKM ini memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan daya saing UMKM..

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan yang telah dilaksanakan, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan UMKM Toko Bagan ke depan adalah agar mitra dapat menerapkan model repacking secara konsisten pada seluruh produk sembako yang dijual, khususnya untuk pelanggan luar negeri. Selain itu, pemanfaatan QR Code sebaiknya terus dikembangkan dengan menambahkan informasi produk yang lebih lengkap agar semakin meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Disarankan pula agar UMKM Toko Bagan terus membuka diri terhadap pemanfaatan teknologi digital lainnya yang dapat mendukung kegiatan usaha, baik dalam pelayanan maupun pemasaran. Dengan melakukan evaluasi dan pengembangan secara berkelanjutan, UMKM diharapkan dapat meningkatkan kinerja usaha dan memperluas jangkauan pasar secara lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Esterberg, K. G. (2016). *Qualitative Methods in Social Research*.
- Huda, M. N., Prasetyo, Y. T., & Nugroho, A. (2022). Effective packaging information modeling using QR code. *Procedia Computer Science*, 197, 178–185.
- Mulyana, D. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (P. R. Rosdakarya (ed.)). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nazaruddin, I., Utami, E. R., & Rahmawati, E. (2024). Digitalization challenges for SMEs: A systematic literature review. *Journal of Business Research*, 168, 114–125.
- Pérez-Villarreal, H. H., Martínez-Ruiz, M. P., & Izquierdo-Yusta, A. (2023). Smart packaging and consumer trust in cross-border markets. *International Journal of Consumer Studies*, 47(2), 1–14.
- Rahayu, R., & Day, J. (2021). Digital transformation of SMEs: A systematic literature review. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 28(6), 1–20.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2021). Packaging and purchase decisions: A focus on food products. *Journal of*

-
-
- Food Products Marketing*, 27(4), 1–15.
- Sudaryono, Dr. (2017). Metodologi Penelitian. Depok:PT.Raja Grafindo. Husada
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta (ed.)). Alfabeta.
- Supardi, D. (2016). Kinerja Guru. Jakarta: Rajawali Pers.
- Zhang, Y., Liu, X., & Chen, K. (2024). Applications of QR codes in food packaging for supply chain transparency. *Trends in Food Science & Technology*, 145, 103–115.