

Peningkatan Nilai Tambah Produk Dupa Melalui Pelatihan Pengemasan

Endi Sarwoko^{1*}, Iva Nurdiana Nurfarida²

¹ Universitas Ciputra Surabaya, ² Universitas PGRI Kanjuruhan Malang

*Corresponding author

E-mail: endi.sarwoko@ciputra.ac.id*

Article History:

Received: Jun, 2025

Revised: Jun, 2025

Accepted: Jun, 2025

Abstract: Masalah yang dihadapi oleh usaha kecil pembuat dupa Dewa Harum Sari di Desa Petungsewu, Kecamatan Wagir, Kabupaten Malang, adalah bahwa kinerja penjualannya tidak mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Masalah ini terjadi karena Dewa Harum Sari hanya memproduksi dupa setengah jadi, dan produksinya sepenuhnya bergantung pada pesanan dari distributor. Tujuan dari kegiatan pelayanan masyarakat ini adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan memberikan pelatihan tentang cara mengemas dupa dan memproduksi produk siap jual. Diharapkan solusi ini dapat meningkatkan pendapatan karena produk jadi memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dan lebih menguntungkan dibandingkan dupa setengah jadi. Diversifikasi produk melalui penjualan produk dupa beraroma, industri rumahan Dewa Harum Sari dapat menarik basis pelanggan yang lebih luas dan meningkatkan daya tarik mereknya. Metode layanan menggunakan pendekatan partisipatif berbasis komunitas yang melibatkan pemilik usaha secara aktif dalam proses mulai dari identifikasi masalah hingga penemuan solusi. Pemilik usaha juga terlibat dalam kegiatan yang dilakukan, seperti pelatihan dan bantuan dalam pengemasan produk, yang meliputi desain label, desain kemasan, dan variasi isi kemasan. Sebagai hasil dari pelatihan dan bantuan ini, Dewa Harum Sari kini dapat menjual dupa dengan merek DHS sambil tetap menjual produk utamanya, dupa setengah jadi. Upaya pemasaran awal untuk produk dupa wangi ini saat ini difokuskan pada wilayah Kabupaten Malang. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan dalam kegiatan pelayanan masyarakat berhasil memberikan solusi berupa peningkatan penjualan dan pendapatan.

Keywords:

Layanan Masyarakat, Pelatihan, Produk, Dupa, Diversifikasi.

Pendahuluan

Pemerintah Indonesia menunjukkan perhatian yang serius terhadap pengembangan usaha mikro dan kecil (UMK), sebagaimana tercermin dalam berbagai

kebijakan yang dikeluarkan guna mendukung pertumbuhannya. Langkah ini sangat beralasan, mengingat UMK telah terbukti berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, terutama dalam hal penyerapan tenaga kerja dan peningkatan produk domestik bruto (PDB) (Surya et al., 2021). UMK memainkan peran vital dalam menciptakan lapangan kerja yang luas, khususnya di sektor informal dan pedesaan, serta menjadi penyangga ekonomi nasional dalam situasi krisis. Oleh karena itu, dukungan pemerintah melalui regulasi, pembiayaan, pelatihan, dan digitalisasi menjadi fondasi penting untuk memperkuat daya saing UMK secara berkelanjutan.

UMK tidak hanya hadir sebagai penggerak ekonomi rakyat, tetapi juga sebagai penopang ketahanan ekonomi nasional. Karakteristik UMK yang fleksibel, adaptif, dan berbasis komunitas lokal membuatnya mampu bertahan dalam berbagai kondisi. Selain itu, UMK berperan dalam pemerataan pembangunan ekonomi (Surya et al., 2021), karena menjangkau wilayah-wilayah yang belum tersentuh industri besar. Pemerintah telah menerapkan sejumlah kebijakan untuk memperkuat sektor UMK, antara lain: kemudahan mengurus legalitas usaha, memberikan akses pembiayaan melalui Kredit Usaha Rakyat, fasilitasi terhadap digitalisasi usaha, dan tidak kalah penting mendorong perguruan tinggi untuk terlibat dalam memberikan program edukasi dan pelatihan seperti pelatihan manajemen, keuangan, maupun sertifikasi produk melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

Desa Petungsewu Kecamatan Wagir berada di wilayah Kabupaten Malang Jawa Timur dimana masyarakatnya banyak yang menekuni *home industry* dupa. Dewa Harum Sari merupakan salah satu *home industry* yang sudah beroperasi lebih dari lima belas tahun. Produksi utamanya adalah bahan baku dupa wangi atau dikenal dengan dupa mentah. Produksinya berdasarkan pesanan pengepul dari pulau Bali untuk selanjutnya diproses (pemberian pewangi, pengemasan) selanjutnya di jual menjadi dupa wangi, dan ternyata selisih antara harga jual dupa mentah dengan dupa wangi cukup besar mencapai 50%, padahal apabila Dewa Harum Sari bisa mengembangkan produk jadi (dupa wangi), akan memperoleh nilai ekonomi yang lebih besar dibanding hanya menjual produk dupa setengah jadi.

Omset produksi masih tergantung pada pesanan dari pengepul, serta nilai ekonomis produk masih rendah merupakan masalah yang berhasil diidentifikasi yaitu pertumbuhan penjualan yang tidak mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Oleh karena itu perlu diidentifikasi alternatif solusi terhadap permasalahan yang ada, dan berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik Dewa Harum Sari maka dipilih solusi berupa pembuatan produk dupa wangi, dengan cara menghasilkan

produk dupa wangi siap jual.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan Dewa Harum Sari untuk membuat produk dupa wangi, melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan. Melalui kegiatan ini diharapkan bisa memberikan solusi dan manfaat berupa peningkatan nilai tambah dan pendapatan usaha.

Metode

Metode kegiatan yang dipilih dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah *community-based participatory (CBP)*. Ciri dari metode CBP adalah melibatkan pemilik usaha untuk berpartisipasi secara aktif dalam proses mulai dari menemukan masalah dan menemukan solusi, serta pelaksanaan program sampai dengan mengevaluasi pelaksanaan program (Collins et al., 2018). Pelatihan diberikan kepada pemilik *home industry* Dewa Harum Sari, yang berlokasi di Desa Petungsewu Kecamatan Wagir berada di wilayah Kabupaten Malang. Adapun tahapan CBP dalam kegiatan pengabdian ini meliputi: identifikasi masalah dan akar masalah, alternatif solusi dan merumuskan program, pelaksanaan program, evaluasi hasil kegiatan.

Fokus pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah memberikan pelatihan dan pendampingan terkait pembuatan dupa wangi, pembuatan desain merek, dan pelatihan pengemasan.

A. Pendampingan pembuatan dupa wangi.

Proses pembuatan dupa wangi sebenarnya tidak terlalu sulit, dari bahan dasar dupa setengah jadi dilanjutkan dengan tahap pemberian aroma/pewangi. Tujuan kegiatan ini pada prinsipnya untuk meningkatkan nilai tambah produk, karena produk jadi memiliki nilai tambah lebih besar (Sarwoko et al., 2021).

B. Pembuatan desain label (merek)

Home industry Dewa Harum Sari sudah memiliki ijin usaha, oleh karena itu berdasarkan diskusi dengan pemilik, maka label/merek yang akan dicetak di kemasan adalah singkatan dari nama *home industry* itu sendiri yaitu merek DHS, singkatan dari Dewa Harum Sari. Proses pembuatan label dilakukan pada percetakan, dengan ukuran sesuai dengan desain kemasan. Label merek merupakan salah satu strategi *rebranding* bertujuan untuk promosi dan meningkatkan minat beli serta dapat menjangkau pasar lebih luas (Khaerullah et al., 2024).

C. Pelatihan dan praktik Pengemasan Produk

Tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah pelatihan dan praktik pengemasan dupa wangi. Hasil dari aktivitas pertama yaitu pemberian pewangi, dan aktivitas kedua desain label merek, tahap berikutnya adalah proses pengemasan produk. Tujuan pelatihan dan praktik pengemasan produk ini agar *home industry* melakukan pengembangan produk berupa produk dupa wangi siap jual. Susana et al. (2025) menyatakan bahwa pelatihan pengemasan akan memberikan pengetahuan baru bagi pelaku usaha kecil, khususnya menjaga kualitas produk. Selain itu pengemasan produk merupakan salah satu bentuk inovasi dan *branding* terhadap suatu produk (I. Wijayanti et al., 2024).

Alat dan bahan pembuatan dupa wangi terdiri dari:

1. Cairan pewangi
2. Dupa mentah
3. Alat semprot dan wadah untuk celup.
4. Kertas Label
5. Bungkus/kemasan plastik

Hasil

A. Pendampingan pembuatan dupa wangi

Sebagaimana telah diketahui bahwa Dewa Harum Sari selama ini hanya memproduksi dupa setengah jadi atau disebut dupa mentah. Untuk membuat produk jadi berupa dupa wangi, maka langkah pertama adalah aktivitas pembuatan dupa wangi. Proses pemberian aroma pada dupa, terdiri dari tiga teknik yaitu teknik celup, semprot, dan kombinasi (celup dan semprot).

1. Teknik celup

Pada teknik ini bahan dupa mentah dicelupkan ke cairan pewangi kurang lebih 5 menit, lalu dikeringkan. Kelebihan pemberian aroma pada teknik ini aroma yang dihasilkan pada saat dupa dibakar sangat kuat dan awet, sedangkan kelemahannya biaya produksi lebih mahal karena dibutuhkan cairan pewangi lebih banyak untuk setiap kilogram dupa mentah. Teknik ini cocok untuk dupa yang memiliki aroma *soft*.

2. Teknik semprot

Beda dengan teknik celup, pada teknik ini dupa mentah disemprot secara merata ke seluruh bagian dupa. Kelebihan tipe semprot, biaya produksi lebih murah dan proses pengeringannya lebih cepat. Adapun

kelemahannya aroma yang dihasilkan tidak begitu kuat saat dupa dibakar. Teknik ini cocok untuk dupa yang memiliki aroma kuat.

3. Teknik Kombinasi

Teknik ini merupakan penggabungan teknik celup dan teknik semprot. Pencelupan hanya dilakukan pada ujung dupa saja (seperempat dupa), sedangkan bagian lainnya dilakukan penyemprotan.



Gambar 1. Teknik Pemberian Aroma Dupa (kiri teknik semprot, kanan teknik celup)

Berbagai aroma dupa wangi yang beredar di pasaran cukup banyak seperti aroma cendana, melati, mawar, pudak wangi, gaharu. Untuk kegiatan ini dipilih dua jenis aroma yang paling laku di pasaran yaitu aroma cendana dan pudak wangi.

B. Pembuatan Desain Label (merek).

Pengabdian mencoba membantu membuat desain label merek yaitu DHS. Dari beberapa alternatif desain yang dibuat, pemilik memilih satu desain. Untuk kebutuhan kegiatan pengabdian ini desain dicetak menggunakan teknologi *printing*. Desain label (merek) disajikan pada gambar 2.

Pada dasarnya label kemasan akan menjadi ciri khas produk, dan menjadi daya tarik atau minat konsumen untuk melakukan pembelian (Istianah, 2022). Selain itu desain kemasan akan menciptakan citra merek tertentu yang berbeda dari merek lain (Sinaga & Sawitri, 2024). Oleh karena itu desain label yang dipilih didasarkan pada nama *home industry* Dewa Harum Sari yang disingkat menjadi DHS.

C. Pelatihan dan praktik Pengemasan Produk

Pelatihan dan praktik pengemasan produk merupakan tahap akhir dari kegiatan pengabdian ini. Dupa yang sudah diberi pewangi kemudian dimasukkan ke dalam kemasan dan diberi label merek. Terdapat 3 jenis kemasan yang dipilih, yaitu

kemasan eceran per bungkus isi 10 batang dupa wangi, kemasan 250 gr, dan paling besar kemasan ukuran 500 gr.

Kemasan dibuat menarik dengan pertimbangan, desain kemasan akan menjadi daya tarik bagi konsumen dan pemicu penjualan produk (Agustina et al., 2021; Badri et al., 2022).



Gambar 2. Pelatihan Pengemasan



Gambar 3. Hasil Pengemasan Produk (250 gr, eceran 10 biji, dan 500 gr)

Diskusi

A. Hasil Kegiatan

Dupa wangi hasil pengabdian ini sudah dicoba dipasarkan di sekitar wilayah Kabupaten Malang, melalui toko-toko yang biasa menjual dupa. Berdasarkan hasil penjualan dapat diketahui bahwa pembuatan dupa wangi sebagai strategi diversifikasi produk mampu meningkatkan pendapatan Dewa Harum Sari. Harga

dupa mentah per kilogram Rp 7.500, sedangkan harga dupa wangi per kilogram Rp 30.000,-. Untuk produksi per kilogram dibutuhkan biaya produksi per kilogram sebesar Rp 7.500,-. Dengan demikian ada peningkatan keuntungan sebesar Rp 15.000,- per kilogram dupa wangi (belum termasuk biaya distribusi).

Berdasarkan perhitungan ini, pembuatan dupa wangi akan memberikan nilai tambah produk bagi Dewa Harum Sari, diharapkan setelah kegiatan pengabdian ini Dewa Harum Sari bisa menekuni pembuatan dupa wangi walaupun tetap menghasilkan dupa mentah sebagai produk utama. Hasil ini memperkuat fakta bahwa pengemasan produk jadi akan meningkatkan nilai tambah produk, dibandingkan hanya menjual produk setengah jadi (Supriadi et al., 2021). Selain itu kegiatan pelatihan akan meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta, sehingga mampu memanfaatkan peluang pemasaran (Ardiyansyah et al., 2023), meningkatkan kemandirian masyarakat untuk meningkatkan perekonomiannya (Goca et al., 2022). Produk jadi yang dikemas dengan baik akan bermanfaat untuk mengenalkan produk ke pasar yang lebih luas (R. F. Wijayanti et al., 2020).

B. Kendala Pelaksanaan Kegiatan

Partisipasi aktif pemilik Dewa Harum Sari selama kegiatan pengabdian menjadi salah satu faktor kegiatan ini berjalan sesuai dengan tujuan. Namun harus diakui tetap ada kendala-kendala selama pelaksanaan kegiatan ini.

1. Masalah pemasaran pada pasar yang lebih luas.

Harus diakui permasalahan *home industry* secara luas adalah kemampuan di bidang pemasaran produk (Hakim et al., 2023). Produk dupa wangi ini sudah didistribusikan terbatas pada wilayah Kabupaten Malang saja, tentu untuk pemasaran yang lebih luas, pemilik harus memiliki jejaring yang lebih luas untuk pemasaran produk, sementara selama ini operasional *home industry* dilakukan sangat sederhana, hanya pemilik dan para pekerja. Sementara untuk merintis pemasaran *online*, diperlukan tenaga khusus yang harus mengoperasionalkan akun *marketplace*, mulai dari penerimaan order, pengemasan, dan pengiriman.

2. Pengemasan secara manual kurang menjamin tingkat keawetan dupa.

Masih diperlukan adopsi teknologi atau mesin untuk pengemasan, karena jika hanya mengandalkan kemasan plastik yang beredar di pasaran, risiko kemasan terbuka sehingga mengurangi aroma dupa jika sudah dibeli oleh konsumen. Kualitas pengemasan akan mempengaruhi daya simpan

produk, selain itu kemasan akan membuat produk lebih menarik (Alfiyah & Ratri, 2023).

Kesimpulan

Diversifikasi produk melalui pembuatan dupa wangi menjadi salah satu solusi untuk meningkatkan pendapatan *home industry* dupa wangi Dewa Harum Sari. Kegiatan pengabdian ini memberikan manfaat praktis bagi *home industry* Dewa Harum Sari untuk mengembangkan bisnisnya, tidak hanya fokus pada dupa mentah, namun dikembangkan dengan memproduksi dupa wangi, karena ternyata dupa wangi memiliki nilai tambah jauh lebih besar dibanding dupa mentah.

Saran kepada *home industry Dupa Harum Sari* untuk menekuni produksi dupa wangi ini dengan berinvestasi pada alat atau mesin pengepakan untuk menjaga keawetan aroma dupa wangi yang dijual nantinya. Selain itu *home industry Dupa Harum Sari* mulai memikirkan peluang penjualan online, dengan cara mempekerjakan orang yang menguasai *marketplace*, konsekuensinya memang ada tambahan biaya operasional, namun tambahan pendapatan yang akan diperoleh masih lebih besar dan menguntungkan.

Pengakuan/Acknowledgements

Ucapan terima kasih kepada Kepala Desa Petungsewu yang telah memfasilitasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan secara khusus pemilik *home industry* Dewa Harum Sari atas partisipasi penuh sehingga kegiatan pengabdian dapat berjalan dengan baik.

Daftar Referensi

- Agustina, R., Dwanoko, Y. S., & Suprianto, D. (2021). Pelatihan Desain Logo Dan Kemasan Produk UMKM di Wilayah Sekarpuro Kecamatan Pakis Kabupaten Malang. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks "Soliditas"(J-Solid)*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.31328/js.v4i1.1732>
- Alfiyah, N., & Ratri, I. N. (2023). Pendampingan dan Penguatan UMKM Desa Tambong melalui Branding, Strategi Pemasaran dan Pencatatan Laporan Keuangan Sederhana dalam Menghadapi Era New Normal. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 7(2), 395–403. <https://doi.org/10.29407/ja.v7i2.18783>
- Ardiyansyah, A., Fahrizal, F., & Nurkhayati, A. (2023). Peningkatan Kompetensi Pemasaran Produk Melalui Pelatihan Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM.

- TAAWUN: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(02), 182–190.
<https://doi.org/10.37850/taawun.v3i02.499>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 347–353.
<https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Collins, S. E., Clifasefi, S. L., Stanton, J., Straits, K. J. E., Gil-Kashiwabara, E., Rodriguez Espinosa, P., Nicasio, A. V, Andrasik, M. P., Hawes, S. M., & Miller, K. A. (2018). Community-based participatory research (CBPR): Towards equitable involvement of community in psychology research. *American Psychologist*, 73(7), 884.
- Goca, G. P. A. W., Okvitawanli, A., & Adiandari, A. M. (2022). Inovasi Dupa Aroma Terapi Untuk Meningkatkan Perekonomian Desa Taman Bali. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Universitas Al Azhar Indonesia*, 4(3), 97–101.
<https://doi.org/10.36722/jpm.v4i3.1314>
- Hakim, L., Fitri, M. A., & Yafi, M. (2023). Optimalisasi potensi UMKM Dompot Kulit melalui pelatihan pengemasan produk, desain label dan bantuan alat produksi. *I-Com: Indonesian Community Journal*, 3(4), 1670–1676.
<https://doi.org/10.33379/icom.v3i4.3336>
- Istianah, R. (2022). Pengembangan Desain Kemasan Produk Makanan Merek Krispy Yammy Babeh. *IRAMA: Jurnal Seni Desain Dan Pembelajarannya*, 4(1), 33–44.
<https://doi.org/10.17509/irama.v4i1.49133>
- Khaerullah, N., Putri, A. R., Polanunu, M. B. P., Rizki, C. A., & Lestari, A. T. (2024). Pendampingan Rebranding dan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Produk Virgin Coconut Oil (VCO) Pada UMKM Beriuk Maju Dusun Mentigi, Desa Malaka. *Jurnal Pepadu*, 5(1), 92–100.
- Sarwoko, E., Nurfaida, I. N., & Ahsan, M. (2021). Membangun Strategi Kemitraan Untuk Meningkatkan Pendapatan Pengrajin Tusuk Sate di Kabupaten Malang. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*, 5(3), 407–414.
<https://doi.org/10.22437/jkam.v5i3.16232>
- Sinaga, A. S., & Sawitri, D. K. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14), 279–287.
- Supriadi, D., Nugraha, E. H., Widayaka, R., & Rena, R. (2021). Analisis Nilai Tambah (Value Added) Usaha Pemasaran dan Pengolahan Hasil Perikanan di Kota Cirebon. *Jurnal Investasi*, 7(2), 1–12. <https://doi.org/10.31943/investasi.v7i2.131>

- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic growth, increasing productivity of smes, and open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1). <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Susana, I. G. B., Wiryajati, I. K., WA, I. G. A. K. C. A., Putra, I. K. P., & Alit, I. B. (2025). Pelatihan Produksi untuk Mengoptimalkan Usaha Kecil Keripik Pangsit di Desa Lendang Nangka. *Jurnal Pepadu*, 6(1), 18–27. <https://doi.org/10.29303/pepadu.v6i1.6294>
- Wijayanti, I., Hilmi, F., & Hakim, L. D. R. (2024). Pendampingan Packaging dan Digital Branding Produk UMKM Masyarakat Pesisir Desa Gili Gede Indah. *Jurnal Pepadu*, 5(3), 592–599. <https://doi.org/10.29303/pepadu.v5i3.5984>
- Wijayanti, R. F., Budiarti, L., Sukma, E. A., Pribadi, J. D., & Trivena, S. M. (2020). Bimbingan dan Pelatihan Desain Label Kemasan Pada UKM Kerupuk di Desa Ampeldento Karangploso. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 69–76.