

STRATEGI INVESTASI DAN PENINGKATAN PENJUALAN MELALUI SAHAM DAN DESAIN KEMASAN PRODUK MENARIK

Nurlia^{1*}, Divka Pradya Alvaleri², Pandu Muhammad Akbar³, Indrayani⁴, Dwi Taufik Rohman⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Balikpapan, Balikpapan, Indonesia

Email: ^{1*}nurlia@uniba-bpn.ac.id, ²divkapradya03@gmail.com, ³pandumakbar@gmail.com, ⁴indrayani@uniba-bpn.ac.id, ⁵dwi.taufik@uniba-bpn.ac.id

Abstract

Rintik Village has great economic potential in the Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) sector, but faces obstacles in financial management and product marketing. Low financial literacy means that people have not utilized the capital market as an alternative to managing savings, while MSME products are less attractive due to their simple packaging design. To overcome this problem, a community service program was carried out through socialization and investment training in the capital market and the creation of more attractive MSME product packaging designs. This activity lasted for three weeks using the counseling method, interactive discussions, and the design and delivery of packaging designs to MSME actors. The results of the activity showed an increase in public understanding of stock investment, where participants began to understand the basic concepts of investment, opportunities, and associated risks. In addition, corn cake MSME actors received a new packaging design that was more attractive and in accordance with market needs, thus potentially increasing product competitiveness. In conclusion, this program has succeeded in increasing public financial literacy and helping MSMEs develop their products, although further assistance is needed so that the results achieved can be implemented optimally.

Keywords: financial literacy, stock investment, UMKM, packaging design, capital market

Abstrak

Desa Rintik memiliki potensi ekonomi yang besar di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), namun menghadapi kendala dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk. Literasi keuangan yang rendah berarti masyarakat belum memanfaatkan pasar modal sebagai alternatif pengelolaan tabungan, sedangkan produk UMKM kurang menarik karena desain kemasannya yang sederhana. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dilakukan program pengabdian kepada masyarakat melalui sosialisasi dan pelatihan investasi di pasar modal serta pembuatan desain kemasan produk UMKM yang lebih menarik. Kegiatan ini berlangsung selama tiga minggu dengan menggunakan metode penyuluhan, diskusi interaktif, serta desain dan penyampaian desain kemasan kepada pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan pemahaman masyarakat tentang investasi saham, dimana peserta mulai memahami konsep dasar investasi, peluang, dan risiko terkait. Selain itu, pelaku UMKM kue jagung mendapatkan desain kemasan baru yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga berpotensi meningkatkan daya saing produk. Kesimpulannya, program ini telah berhasil meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan membantu UMKM mengembangkan produknya, meskipun diperlukan bantuan lebih lanjut agar hasil yang dicapai dapat diimplementasikan secara optimal.

Kata kunci: literasi keuangan, investasi saham, UMKM, desain kemasan, pasar modal

PENDAHULUAN

Desa Rintik adalah salah satu Desa yang ada di Kecamatan Babulu Kabupaten Penajam Paser Utara yang berbatasan langsung dengan Kabupaten Paser. Desa Rintik merupakan desa dengan potensi ekonomi yang cukup besar, terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Sebagian besar penduduk desa ini bergantung pada usaha kecil yang mengolah produk-produk lokal.

Namun, banyak dari mereka menghadapi tantangan dalam pengelolaan keuangan dan pemasaran produk yang menghambat pertumbuhan usaha mereka (Golda et al., 2024; Pareang et al., 2025).

Masyarakat di Desa Rintik sebagian besar belum memanfaatkan pasar modal untuk mengoptimalkan tabungan mereka. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman tentang cara berinvestasi, serta adanya ketakutan terhadap risiko investasi (Nugraha et al., 2023; Tandigau et al., 2024). Oleh karena itu, edukasi tentang pentingnya investasi di pasar modal sangat penting untuk meningkatkan literasi keuangan masyarakat dan membantu mereka meraih keuntungan dari tabungan mereka. Selain itu, dengan peningkatan literasi keuangan, masyarakat juga bisa memahami cara memanfaatkan dana investasi untuk mendukung pengembangan usaha UMKM di desa ini (J. B. Halik et al., 2025). Selanjutnya sebagian besar UMKM di Desa Rintik mengandalkan produk lokal seperti hasil pertanian dan kerajinan tangan. Namun, kualitas dan daya tarik produk tersebut seringkali terhambat oleh kemasan yang kurang menarik. Kemasan yang sederhana dan tidak berstandar dapat mengurangi minat konsumen. Oleh karena itu, desain kemasan yang kreatif dan fungsional dapat menjadi faktor pendorong dalam meningkatkan daya jual produk UMKM di desa ini (Lambe & Halik, 2024).

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian ini mengusulkan dua pendekatan utama. Pertama, dilakukan edukasi dan pelatihan mengenai strategi investasi di pasar modal, khususnya investasi saham, agar masyarakat memahami manfaat dan risiko investasi serta mampu mengelola keuangan secara lebih optimal. Kedua, membantu pelaku UMKM dengan pembuatan desain kemasan produk yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk mereka.

Melalui edukasi investasi dan peningkatan desain kemasan, kami bertujuan untuk memberikan pelatihan yang komprehensif mengenai pasar modal, sehingga pelaku UMKM dapat memahami pentingnya investasi dan cara-cara berinvestasi khususnya saham serta instrumen keuangan lainnya. Dengan meningkatkan pengetahuan ini, diharapkan mereka dapat mengoptimalkan tabungan dan memanfaatkan peluang investasi untuk pertumbuhan usaha. Selain itu adalah untuk membantu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah meningkatkan mutu jual produk melalui desain kemasan yang menarik (Daud et al., 2023; Prawesti Ningrum et al., 2023).

METODE

Sosialisasi bertajuk “Strategi Investasi di Pasar Modal: Mengoptimalkan Tabungan melalui Saham serta Peningkatan Mutu Jual Produk melalui Desain Kemasan yang menarik”, berlangsung di

Aula Kantor Desa Rintik, Dusun I RT . 02. Kegiatan ini ditujukan bagi para pelaku UMKM di Desa Rintik dan dilaksanakan pada Rabu, 05 Februari 2025. Adapun tahapan dalam metode sosialisasi ini yang ditujukan dalam **Tabel 1**.

Tabel 1. Tahap Metode Sosialisasi

Tahapan Sosialisasi	Kegiatan
Sosialisasi Strategi Investasi di Pasar Modal untuk Mengoptimalkan Tabungan melalui Saham	Penyampaian materi mengenai pentingnya literasi keuangan bagi masyarakat.
	Pengenalan pasar modal dan investasi saham sebagai alternatif pengelolaan tabungan yang lebih produktif.
	Penjelasan mengenai peluang dan risiko investasi saham, serta cara mengakses platform investasi yang aman dan terpercaya.
	Diskusi interaktif dan sesi tanya jawab untuk memastikan pemahaman masyarakat terhadap materi yang diberikan.
Sosialisasi Peningkatan Mutu Jual Produk melalui Desain Kemasan yang menarik	Penjelasan mengenai peran desain kemasan dalam menarik perhatian konsumen dan meningkatkan nilai jual produk.
	Presentasi contoh desain kemasan bolu jagung yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
	Penyampaian desain kemasan bolu jagung yang telah dibuat untuk UMKM bolu jagung di Desa Rintik.

Program pengabdian ini dilaksanakan dalam kurun waktu 3 minggu, dengan tahapan yang ditujukan dalam **Tabel 2**.

Tabel 2. Waktu Pelaksanaan Kegiatan

Tahap	Minggu	Kegiatan
Tahap Persiapan	1-2	Survei awal mengenai tingkat pemahaman masyarakat terkait investasi saham dan desain kemasan.
		Penyusunan materi sosialisasi dan persiapan contoh desain kemasan untuk UMKM.
		Koordinasi dengan pemerintah desa dan pelaku UMKM sebagai peserta kegiatan.
Tahap Pelaksanaan	3	Sosialisasi Strategi Investasi di Pasar Modal untuk Mengoptimalkan Tabungan melalui Saham
		Sosialisasi Peningkatan Mutu Jual Produk melalui Desain Kemasan yang menarik.
		Penyampaian desain kemasan yang telah dibuat untuk produk UMKM bolu jagung.
		Pemberian desain kemasan final kepada pelaku UMKM bolu jagung.
		Dokumentasi hasil kegiatan

PEMBAHASAN

Rangkaian Kegiatan

Pelaksanaan sosialisasi yang dilakukan di Aula Desa Rintik telah berjalan sesuai dengan rencana. Kegiatan ini berhasil melibatkan para pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta masyarakat umum yang tertarik untuk memahami strategi investasi di pasar modal dan desain kemasan produk. Beberapa hasil utama yang diperoleh dari kegiatan ini antara lain:

A. Peningkatan Pemahaman Masyarakat tentang Pasar Modal

Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, tingkat pemahaman masyarakat mengenai investasi di pasar modal masih tergolong rendah, bahkan dapat dikatakan kurang dalam wawasan terhadap pasar modal. Melalui sosialisasi dan diskusi interaktif yang dilakukan, peserta mendapatkan pemahaman dan wawasan mengenai:

1. Konsep dasar investasi dan pentingnya literasi keuangan.
2. Peluang dan risiko dalam investasi saham.
3. Cara mengakses pasar modal melalui sekuritas yang aman dan terpercaya



Gambar 1. Penyuluhan pengelolaan tabungan melalui investasi saham di pasar modal

Berdasarkan hasil survei sebelum dan sesudah kegiatan, terjadi peningkatan pemahaman peserta terhadap konsep investasi saham dan pasar modal. Masyarakat yang sebelumnya enggan berinvestasi karena takut risiko kini mulai mempertimbangkan investasi sebagai alternatif pengelolaan keuangan mereka.

B. Peningkatan Daya Tarik Produk UMKM melalui Desain Kemasan

Sebagian besar produk UMKM di Desa Rintik masih menggunakan kemasan sederhana yang kurang menarik perhatian konsumen. Melalui sesi sosialisasi pembuatan desain kemasan ini, beberapa capaian yang diperoleh meliputi:

1. Pengenalan pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk.
2. Penyajian contoh desain kemasan produk bolu jagung yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar.
3. Pemberian desain kemasan final kepada pelaku UMKM bolu jagung.



Gambar 2. Pemaparan contoh desain kemasan produk bolu jagung

Hasilnya, UMKM bolu jagung menyatakan kepuasan terhadap desain kemasan baru yang diberikan karena kemasan baru dinilai lebih menarik dan berpotensi meningkatkan nilai jual produk di pasar yang lebih luas (J. B. Halik & Halik, 2024).

C. Desain Kemasan Bolu Jagung yang Telah Dibuat

Dalam rangka meningkatkan daya tarik produk UMKM, khususnya bolu jagung yang menjadi salah satu produk unggulan Desa Rintik, telah dilakukan perancangan desain kemasan baru. Desain ini dibuat dengan mempertimbangkan aspek estetika, fungsionalitas, dan daya saing di pasar. Berikut adalah beberapa aspek utama dari desain kemasan yang telah dibuat:

1. Konsep dan Elemen Desain

Desain kemasan bolu jagung yang baru mengusung konsep modern dan menarik dengan tetap mempertahankan nuansa tradisional yang mencerminkan kearifan lokal. Beberapa elemen yang diintegrasikan dalam desain kemasan ini meliputi:

- a. **Penggunaan Warna:** Warna dominan yang digunakan adalah kuning dan hijau, pemilihan warna tersebut bukan tanpa alasan, melainkan memiliki makna tersendiri yang berkaitan erat dengan karakteristik bolu jagung yang dikemas. Warna hijau melambangkan kesegaran, keaslian, serta kualitas bahan-bahan alami yang digunakan dalam pembuatan bolu jagung sementara warna kuning merepresentasikan rasa manis dan lezat yang menjadi ciri khas dari produk ini. Kombinasi kedua warna ini diharapkan dapat memberikan kesan yang menggugah selera dan menarik perhatian konsumen, sehingga menciptakan daya tarik visual yang kuat serta meningkatkan keinginan mereka

untuk mencoba dan menikmati bolu jagung yang dikemas dengan tampilan yang menarik (J. B. Halik et al., 2023; Latiep et al., 2023).

- b. **Ilustrasi dan Logo:** Kemasan dilengkapi dengan ilustrasi jagung dan logo khas UMKM bolu jagung yang menunjukkan identitas produk.
- c. **Informasi Produk:** Terdapat komposisi produk yang dicantumkan untuk memberikan edukasi kepada konsumen.



Gambar 3. Contoh desain kemasan produk bolu jagung

Hasil dari kegiatan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa edukasi mengenai literasi keuangan dan investasi di pasar modal cukup menarik dan diminati oleh masyarakat Desa Rintik. Hal ini terlihat dari antusiasme yang ditunjukkan oleh masyarakat ketika penyampaian materi yang dilakukan oleh Aldila Bandaro dari Bursa Efek Indonesia. Hal ini dapat disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan ketakutan terhadap risiko investasi yang sebelumnya menjadi hambatan utama bagi masyarakat untuk mengalokasikan tabungan mereka secara lebih optimal. Dengan adanya pelatihan ini, masyarakat menjadi lebih percaya diri dalam mempertimbangkan investasi sebagai alternatif untuk mengembangkan aset mereka, khususnya dana tabungan yang mereka miliki agar dapat menjadi salah satu alternatif sumber pendapatan pasif.

Selain itu, pembuatan desain kemasan sendiri memberikan dampak positif terhadap daya saing produk UMKM, khususnya produk bolu jagung yang menjadi produk unggulan dari Desa Rintik. Kemasan yang lebih menarik tidak hanya meningkatkan minat konsumen tetapi juga membantu UMKM dalam menargetkan pasar yang lebih luas (J. Halik et al., 2021). Hal ini menunjukkan bahwa inovasi dalam kemasan dapat menjadi faktor penting dalam meningkatkan pemasaran produk lokal.



Gambar 4. Foto bersama panitia, pemateri dan peserta sosialisasi serta penyerahan desain kemasan bolu jagung

PENUTUP

Kesimpulan

Program pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Desa Rintik memberikan dampak positif, terutama dalam meningkatkan literasi keuangan dan daya saing produk UMKM melalui desain kemasan yang lebih menarik. Program ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai investasi di pasar modal, di mana mereka mulai memahami konsep dasar investasi, peluang, serta risiko yang terkait. Selain itu, desain kemasan baru yang diberikan kepada pelaku UMKM, khususnya produk bolu jagung, berpotensi meningkatkan minat konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Secara keseluruhan, program ini telah berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran keuangan serta mendorong inovasi produk yang dapat membantu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat Desa Rintik.

Saran

Agar manfaat dari program ini lebih optimal dan berkelanjutan, terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan di masa mendatang:

A. Pendampingan Berkelanjutan dalam Literasi Keuangan

Diperlukan program lanjutan yang memberikan bimbingan lebih intensif terkait strategi investasi dan pengelolaan keuangan bagi masyarakat. Masyarakat dapat difasilitasi untuk mencoba investasi dalam skala kecil terlebih dahulu dengan pendampingan ahli, sehingga mereka lebih percaya diri dalam mengambil keputusan investasi.

B. Peningkatan Kapasitas UMKM dalam Pemasaran Digital

Selain desain kemasan, pelaku UMKM juga perlu dibekali dengan strategi pemasaran digital agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan platform e-commerce (J. B. Halik et al., 2024; Tamara et al., 2023). Pelatihan tentang branding, storytelling produk, serta fotografi produk dapat diberikan untuk mendukung pemasaran yang lebih efektif.

C. Kolaborasi dengan Pemerintah dan Swasta

Kerjasama dengan instansi terkait, seperti dinas perdagangan dan perindustrian, serta perusahaan swasta dapat membuka peluang lebih besar bagi UMKM dalam hal pemasaran dan akses pembiayaan usaha. Diharapkan adanya program insentif atau dukungan modal bagi pelaku UMKM yang ingin mengembangkan usahanya lebih jauh.

Dengan adanya tindak lanjut yang berkelanjutan, diharapkan literasi keuangan dan inovasi dalam pemasaran produk UMKM di Desa Rintik dapat terus berkembang, sehingga memberikan dampak yang lebih luas bagi kesejahteraan masyarakat.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya Kepada para pelaku UMKM di Desa Rintik atas dukungan dan partisipasi yang sangat luar biasa selama pelaksanaan acara sosialisasi. Tanpa kerja sama dan antusiasme dari para pelaku UMKM di Desa Rintik, upaya kami dalam memberikan pemahaman mengenai pengelolaan keuangan melalui investasi di pasar modal dan peningkatan daya tarik produk melalui desain kemasan bagi UMKM tidak akan mencapai kesuksesan dan kelancaran.

Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Bapak Abdul Rahman selaku Kepala Desa Rintik dan Ibu Haslinda selaku Sekretaris Desa Rintik serta seluruh perangkat desa atas bantuan serta fasilitas yang diberikan demi kelancaran penyelenggaraan acara sosialisasi yang kami lakukan. Tanpa bantuan dan kerja sama tim yang kompak, kegiatan yang kami rencanakan tidak akan berjalan sukses ini.

Tidak lupa, kami mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Nurlia, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang berharga bagi kami dalam menyusun dan merencanakan kegiatan ini.

Kami juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada PT Bursa Efek Indonesia dan PT Phintraco Sekuritas yang telah membantu dalam penyediaan konsumsi dan mengirimkan pemateri

yang ahli dalam bidang pasar modal. Tidak lupa juga kami ucapkan terima kasih kepada KSPM UNIBA yang telah menjadi perantara dalam menghubungkan kami dengan pihak Bursa Efek Indonesia dan Phintraco Sekuritas.

Ucapan terima kasih selanjutnya kami sampaikan kepada CV Mulya Usaha Sukses dan CV Gema Tani Etam yang telah memberikan bantuan pendanaan untuk mendukung kelancaran pelaksanaan kegiatan ini.

Terakhir namun tidak kalah penting, kami menyampaikan apresiasi setinggi-tingginya kepada tim KKN P16 A dan tim KKN P16 B Universitas Balikpapan atas dukungan dan kerja sama yang solid selama Pengabdian Masyarakat selama sebulan penuh, khususnya dalam kelancaran acara sosialisasi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daud, M., Nurlia, N., Lintang, J., & Halik, J. B. (2023). How is Financial Literacy at PT . Moya Indonesia. *Journal of Management*, 2(2), 159–164. <https://myjournal.or.id/index.php/JOM/article/view/55>
- Golda, C., Todingbua, M. A., & Halik, J. B. (2024). THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY ON THE INCOME OF CULINARY SMES IN TANA TORAJA REGENCY THROUGH PERFORMANCE. *Indonesian Journal of Economic Studies*, 3(2), 5–12. <https://journal.siddiqinstitute.org/IJES/article/view/78>
- Halik, J. B., & Halik, M. Y. (2024). Open Innovation And Digital Marketing : A Catalyst For Culinary SMEs In Makassar. *Jurnal Manajemen*, 28(03), 588–612. <https://doi.org/10.24912/jm.v28i3.2059>
- Halik, J. B., Lintang, J., & Patandean, E. H. B. (2024). The role of employee productivity through digitalization in increasing the performance of culinary SMEs. *Brazilian Journal of Development*, 10(2). <https://doi.org/10.34117/bjdv10n2-047>
- Halik, J. B., Parawansa, D. A. S., Sudirman, I., & Jusni, J. (2023). Implications of IT Awareness and Digital Marketing to Product Distribution on the Performance of Makassar SMEs. *유통과학연구 Journal of Distribution Science*, 21(7), 105–116. <https://doi.org/10.15722/jds.21.07.202307.105>
- Halik, J. B., Patandean, E. H. B., Londong, J. P., Wattilete, L. C., & Mongan, C. J. (2025). *Inovasi UKM* (M. Y. Halik & W. Yuliani (eds.); 1st ed.). CV. Luminary Press Indonesia.
- Halik, J., Halik, M., Nurlia, N., Hardiyono, H., & Alimuddin, I. (2021). The Effect of Digital Marketing and Brand Awareness on the Performance of SMEs in Makassar City. *ICONEBS 2020: Proceedings of the First International Conference on Economics, Business and Social Humanities*, 84. <https://doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304613>
- Lambe, K. H. P., & Halik, J. B. (2024). INOVASI PRODUK DAN PROSES SEBAGAI KUNCI KEUNGGULAN BERSAING UKM KULINER. *Paulus Journal of Accounting (PJA)*, 6(1), 82–93. <https://ojs.ukipaulus.ac.id/index.php/pja/article/view/805>
- Latiep, I. F., Dewi, A. R. S., Syam, A., Halik, J. B., & Chakti, A. G. R. (2023). INOVASI BISNIS

ONLINE. In B. Majid & H. Hardiyono (Eds.), *Chakti Pustaka Indonesia* (1st ed., Vol. 1). Chakti Pustaka Indonesia.

- Nugraha, M. A. P., Violin, V., Anantadjaya, S. P., Nurlia, & Lahiya, A. (2023). Improving Financial Literacy Through Teaching Materials on Managing Finance for Millenials, Markus Aska Patma Nugraha IMPROVING FINANCIAL LITERACY THROUGH TEACHING MATERIALS ON MANAGING FINANCE FOR MILLENNIALS. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Pareang, T., Mongan, B., & Halik, J. B. (2025). THE INFLUENCE OF FINANCIAL LITERACY AND FINANCIAL MANAGEMENT ON THE PERFORMANCE OF TAILORING SMES IN NORTH TORAJA. *JOURNAL OF ENTREPRENEUR, BUSINESS, AND MANAGEMENT*, 3(1), 1–17. <https://journal.amkop.id/jebm/article/view/165>
- Prawesti Ningrum, E., Setiawan Wibowo, T., Nurlia, & Junianto, P. (2023). Analysis of the Influence of Financial Literacy and Risk Perception on Investing Decisions in the Millineal Generation in the Society 5.0 Era. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 7(1), 1–10. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/8409>
- Tamara, K. lorenza the, Jaya, A., & Halik, J. baptista. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Sales Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Tastea Perintis Kemerdekaan Makassar. *Jurnal Ekonomi Islam*, 19, 112–131.
- Tandigau, Y. N., Jaya, A., & Halik, J. B. (2024). Pengaruh Akses Pembiayaan dan Penggunaan Financial Technology terhadap Kinerja UKM di Kota Makassar (Studi Kasus Pada UKM di Kota Makassar). *YOS SOEDARSO ECONOMICS JOURNAL (YEJ)*, 6(3), 110–118. <https://ejurnal.yossoedarso.ac.id/index.php/ysej-server/article/view/yej6317>