



Design Kemasan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Daya Saing Produk

Mira Rahayu ¹

¹Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi No 1 Terusan Buah Batu Bandung, Indonesia

Keywords:

SMEs,
Innovative Packaging,
Strategic Packaging
Approach

Article history:

Received
28 November 2023
Revised
15 March 2024
Accepted
17 March 2024
Published
30 March 2024

Kata Kunci:

UKM,
Design Kemasan,
Pendekatan Kemasan
Strategis

ABSTRACT

This paper explains the importance of effective packaging strategies for Small and Medium Enterprises (SMEs). Packaging plays an important role in product presentation, protection and consumer engagement. SMEs often face challenges in building a brand identity and competing with larger companies. However, by implementing innovative packaging techniques, SMEs can increase the appeal of their products and gain a competitive edge in the market. This paper discusses various aspects of packaging for SME products, including design considerations, sustainability, cost efficiency and consumer preferences. This paper also highlights the benefits and challenges associated with packaging for SMEs. These findings emphasize the importance of a strategic packaging approach to support the growth and success of SMEs

ABSTRAK

Makalah ini menjelaskan pentingnya strategi kemasan yang efektif bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Kemasan memainkan peran penting dalam presentasi produk, perlindungan, dan keterlibatan konsumen. UKM sering menghadapi tantangan dalam membangun identitas merek dan bersaing dengan perusahaan yang lebih besar. Namun, dengan menerapkan teknik kemasan inovatif, UKM dapat meningkatkan daya tarik produk mereka dan mendapatkan keunggulan kompetitif di pasar. Makalah ini membahas berbagai aspek kemasan untuk produk UKM, termasuk pertimbangan desain, keberlanjutan, efisiensi biaya, dan preferensi konsumen. Makalah ini juga menyoroti manfaat dan tantangan yang terkait dengan kemasan bagi UKM. Temuan ini menekankan pentingnya pendekatan kemasan strategis untuk mendukung pertumbuhan dan keberhasilan UKM

*Corresponding author: mirarahayu@telkomuniversity.ac.id

Peer review under responsibility of Lembaga Penelitian & Pengabdian Masyarakat Univ. Amikom Yogyakarta.

© 2024 Hosting by Universitas Amikom Yogyakarta. All rights reserved.

<http://dx.doi.org/10.24076/swagati.2024v2i1.1389>

1. Pendahuluan

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam perekonomian suatu negara. Mereka adalah tulang punggung ekonomi lokal, memberikan lapangan kerja, mendorong inovasi, dan menyumbang pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Namun, UMKM seringkali menghadapi tantangan dalam bersaing dengan

perusahaan yang lebih besar dan mapan di pasar yang semakin kompetitif.

Dalam konteks ini, penting bagi UMKM untuk mempertimbangkan kemasan sebagai salah satu aspek yang kritis untuk mencapai keberhasilan dan pertumbuhan bisnis. Kemasan bukan hanya sekadar wadah untuk melindungi produk, tetapi juga merupakan elemen penting dalam

presentasi, komunikasi merek, dan interaksi dengan konsumen.

Kemasan memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan kesan pertama yang kuat pada konsumen. Ketika produk UMKM dipasarkan di rak-rak toko atau melalui platform online, kemasan adalah elemen pertama yang menarik perhatian calon pembeli. Kemasan yang menarik, profesional, dan informatif dapat membedakan produk UMKM dari pesaing sejawatnya.

Selain itu, kemasan juga membantu dalam membangun identitas merek. Dalam lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan, UMKM perlu menciptakan citra merek yang kuat dan mengesankan di benak konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat mencerminkan nilai-nilai merek, menarik perhatian target pasar, dan membangun hubungan emosional dengan konsumen.

Pentingnya Kemasan bagi UMKM

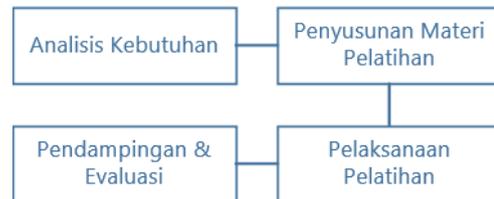
1. Meningkatkan Daya Tarik Produk: Kemasan yang menarik dan estetik dapat membantu produk UMKM membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian konsumen yang semakin selektif. Desain kemasan yang menarik dapat menciptakan daya tarik visual yang kuat, meningkatkan kemungkinan konsumen untuk memilih produk UMKM dibandingkan dengan opsi lainnya.
2. Komunikasi Merek dan Nilai Produk: Kemasan berfungsi sebagai saluran komunikasi langsung dengan konsumen. Melalui elemen desain, informasi produk, dan pesan merek yang disampaikan pada kemasan, UMKM dapat mengkomunikasikan nilai-nilai merek, manfaat produk, dan cerita di balik produk kepada konsumen. Kemasan yang efektif dapat membantu membangun kesadaran merek dan meningkatkan persepsi nilai produk.
3. Perlindungan Produk: Selain aspek presentasi dan branding, kemasan juga memiliki peran penting dalam melindungi produk dari kerusakan selama proses transportasi, penyimpanan, dan penggunaan oleh konsumen. Kemasan yang dirancang dengan baik dapat mencegah kerusakan fisik, kontaminasi, atau kerusakan lainnya yang dapat mengurangi kualitas produk dan kepuasan konsumen.
4. Diferensiasi dan Keunggulan Kompetitif: Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, UMKM perlu menemukan cara untuk bersaing dengan perusahaan yang lebih besar dan mapan. Kemasan yang unik, inovatif, dan berbeda dapat memberikan UMKM keunggulan kompetitif dengan membedakan produk mereka, menarik perhatian konsumen, dan menciptakan pengalaman yang berbeda.

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini kami mengambil objek yang dekat dengan lokasi Telkom University. Kurang lebih 40 UMKM ikut serta dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. 40 UMKM yang ikut dalam kegiatan ini produknya adalah makanan dan di miliki oleh para ibu – ibu dengan rentang usia 25 sd 45 tahun. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi semua nya memiliki kesamaan kendala dalam meningkatkan penjualan produknya salah satunya yaitu pengetahuan tentang pentingnya kemasan yang menarik dalam upaya memasarkan produk. Oleh karena

itu pengabdian masyarakat ini berfokus untuk membantu UMKM memahami pentingnya kemasan yang baik dan bagus dan memberikan pendampingan yang intensif.

2. Metode

Metode yang dilaksanakan dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada gambar1 .



Gambar 1. Metode Pelaksanaan

1. Analisis Kebutuhan
 - a. Identifikasi UMKM Target: Lakukan survei atau penelitian untuk mengidentifikasi UMKM yang akan menjadi peserta pelatihan. Pilih UMKM yang berpotensi dan memiliki kebutuhan dalam meningkatkan desain kemasan produk mereka.
 - b. Analisis Kebutuhan: Lakukan analisis kebutuhan untuk memahami tantangan dan kekurangan dalam desain kemasan yang dihadapi oleh UMKM. Dapatkan masukan dari peserta pelatihan dan identifikasi area yang memerlukan perbaikan atau peningkatan.
2. Penyusunan Materi Pelatihan
 - a. Dasar Desain Kemasan: Siapkan materi dasar tentang prinsip desain kemasan, termasuk elemen desain, penggunaan warna, tipografi, pemilihan gambar, dan komunikasi merek melalui kemasan.
 - b. Studi Kasus: Sertakan studi kasus tentang desain kemasan yang berhasil dari UMKM atau merek terkenal. Diskusikan strategi desain yang efektif dan bagaimana mereka dapat diterapkan dalam konteks UMKM.
 - c. Teknik Perancangan: Berikan pelatihan tentang perangkat lunak desain grafis yang umum digunakan, untuk pelatihan menggunakan CANVA yang sangat mudah digunakan oleh ibu-ibu
 - d. Pengujian Konsep: Ajarkan peserta pelatihan tentang pentingnya pengujian konsep kemasan sebelum produksi massal. Berikan panduan tentang cara melakukan penelitian pasar sederhana atau wawancara dengan konsumen untuk mendapatkan umpan balik tentang desain kemasan.
3. Pelaksanaan Pelatihan
 - a. Sesi Teori: Lakukan sesi teori dengan menjelaskan materi pelatihan secara sistematis. Berikan contoh nyata dan ilustrasi visual untuk membantu pemahaman peserta pelatihan.
 - b. Sesi Praktik: Berikan kesempatan kepada peserta pelatihan untuk berlatih langsung dalam merancang kemasan menggunakan perangkat lunak desain grafis yang telah dipelajari. Berikan bimbingan dan umpan balik individual kepada

- setiap peserta untuk membantu mereka mengembangkan keterampilan desain mereka.
- c. Diskusi Kelompok: Sediakan sesi diskusi kelompok di mana peserta pelatihan dapat berbagi pengalaman, ide, dan tantangan yang mereka hadapi dalam desain kemasan. Dukung pertukaran pengetahuan dan kolaborasi antara peserta.
4. Pendampingan dan evaluasi
 - a. Pendampingan: Setelah pelatihan, berikan dukungan dan pendampingan kepada UMKM dalam mengimplementasikan desain kemasan yang telah dipelajari. Bantu mereka dalam menyelesaikan desain kemasan mereka dan memberikan saran atau perbaikan jika diperlukan.
 - b. Evaluasi: Lakukan evaluasi setelah pelatihan untuk mengukur keberhasilan dan dampaknya terhadap UMKM. Gunakan metode seperti kuesioner, wawancara, atau observasi untuk mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan dan UMKM yang terlibat.
 - c. Revisi dan Perbaikan: Berdasarkan hasil evaluasi, lakukan revisi dan perbaikan terhadap metode pelatihan untuk meningkatkan efektivitasnya di masa depan. Gunakan umpan balik yang diterima sebagai panduan untuk meningkatkan program pelatihan desain kemasan UMKM.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat dilakukan pada tanggal 20 Agustus 2023. Pelatihan design kemasan untuk UMKM mengundang kurang lebih 40 UMKM yang bernaung di sebuah yayasan Dntrepreneur yang berkantor di daerah Cinunuk. 40 UMKM yang ikut adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan. Sebanyak 35 UMKM sudah menjalankan usahanya lebih dari 2 tahun dan sisanya baru menjalankan usaha di bawah 1 tahun.

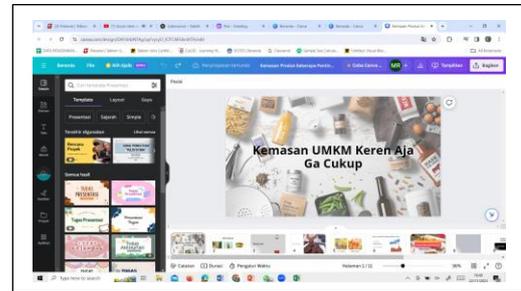
1. Analisis Kebutuhan

Dari hasil wawancara dan observasi ada beberapa tantangan yang umum terkait design kemasan :

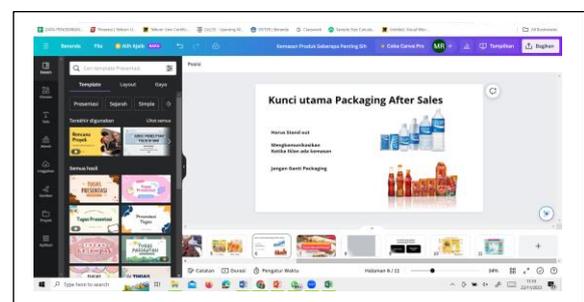
 - a. Terbatasnya Sumber Daya: Sebagian besar UMKM memiliki keterbatasan sumber daya, termasuk anggaran terbatas untuk desain kemasan profesional.
 - b. Kurangnya Pengetahuan Desain: Banyak pemilik UMKM tidak memiliki pengetahuan atau keterampilan desain yang memadai untuk menghasilkan kemasan yang menarik dan efektif.
 - c. Tidak Memahami Preferensi Konsumen: UMKM sering kali tidak memiliki pemahaman yang mendalam tentang preferensi dan harapan konsumen terkait desain kemasan.
2. Penyusunan Materi Pelatihan

Materi pelatihan disusun dengan mempertimbangkan peserta, peserta yang mendaftar adalah ibu-ibu dengan berbagai strata pendidikan. Sehingga materi yang disusun berisikan materi singkat yang diambil dari beberapa sumber materi praktis tentang pentingnya design kemasan dalam meningkatkan nilai jual produk.

Penyampaian materi juga dilakukan secara interaktif. Materi pokok yang disampaikan adalah tentang pentingnya kemasan, ciri-ciri kemasan yang baik dan standar BPOM, kisah sukses merk-merk yang mereka berhasil bertahan lintas generasi dan mempunyai ke khasan dalam kemasannya.



Gambar 2. contoh materi Pelatihan



Gambar 3. materi pelatihan

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelatihan dilaksanakan dalam beberapa sesi, yang pertama adalah sesi materi atau penyampaian wawasan tentang pentingnya design kemasan



Gambar 4. Penyampaian Materi Pelatihan

Kemudian peserta di berikan kesempatan untuk berlatih mendesign kemasan untuk produknya dengan didampingi oleh mentor-mentor dengan menggunakan Canva. Canva dipilih karena dianggap salah satu aplikasi yang paling mudah karena tidak membutuhkan skill khusus menggambar dan bisa dilakukan di handphone. Peserta yang mengikuti proses pendampingan pembuatan design kemasan ada 40 UMKM. Peserta berdiskusi dengan beberapa mentor untuk menentukan design yang bagus dan sesuai dengan standar BPOM. Untuk memenuhi salah satu syarat edar produk UMKM harus memiliki NIB dan Halal. Oleh karena itu dalam proses pendampingan design produk ini kami juga membantu memfasilitasi proses halal bekerjasama dengan

pendamping halal. Beberapa produk seperti minuman dapat memiliki halal dengan mudah.

Setelah proses design selesai, dilakukan pendampingan proses printing kemasan sampai foto produk. Hal ini dilakukan untuk memastikan UMKM berproses dan merasakan langsung hasil perubahan dengan penggantian design kemasan



Gambar 5. Proses pendampingan Design Kemasan



Gambar 6. Kemasan hasil pendampingan

4. Pendampingan dan Evaluasi

Pendampingan terhadap UMKM dilakukan secara konsisten oleh tim pengabdian masyarakat. Dalam proses pendampingan design kemasan kami juga membantu UMKM untuk mendapatkan halal, karena hal tersebut menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam design kemasan. Proses sertifikasi halal berkerjasama dengan pendamping halal yang sudah tersertifikasi. Dari hasil pendampingan ada 40 UMKM yang mendapatkan sertifikasi halal secara bertahap. Umpan balik dari peserta terhadap kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat dari tabel 1.

Tabel 1. Umpan Balik Hasil Kegiatan

		STS (%)	TS (%)	N (%)	S (%)	SS (%)
1	Materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan mitra/peserta	3,1			62,5	34,4
2	Waktu pelaksanaan kegiatan ini relatif sesuai dan cukup			12,5	81,3	6,3
3	Materi/kegiatan yang disajikan jelas dan mudah dipahami			3,1	87,5	9,4
4	Panitia memberikan pelayanan yang baik selama kegiatan			3,1	62,5	34,4
5	Masyarakat menerima dan berharap kegiatan-kegiatan seperti ini dilanjutkan di masa yang akan datang				53,1	46,9

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju



Gambar 7. Pemotretan hasil design



Gambar 8. Foto bersama dengan UMKM

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dikerjakan berdasarkan permintaan dari masyarakat UMKM. UMKM yang kami kunjungi banyaknya dikerjakan oleh ibu rumah tangga, mereka kesulitan untuk bersaing dengan produk-produk modern saat ini padahal produk mereka memiliki rasa yang tidak kalah enak. Setelah kami melakukan studi pendahuluan salah satu penyebabnya adalah kemasan yang dipakai oleh UMKM ini masih sangat tradisional beberapa hanya mengandalkan plastik seadanya dengan label di foto copy hitam putih tanpa ada identitas lengkap. Oleh karena itu pengabdian masyarakat ini mencoba untuk membantu UMKM untuk bisa bersaing dengan memperbaiki kemasan produk yang digunakan. Pengabdian masyarakat ini di bagi kedalam 3 sesi. Sesi pertama melakukan analisis kebutuhan UMKM supaya mendapatkan gambaran jelas masalah dan solusi yang tepat, kemudian dilanjutkan dengan penyusunan materi yang di buat berdasarkan analisis kebutuhan yang telah dilakukan, Sesi ketiga dilakukan pemaparan materi dasar dan sederhana bagi para UMKM tentang pentingnya kemasan yang baik dan sesuai standar BPOM setelah diberikan kematerian peserta kemudian di berikan pendampingan untuk membuat kemasan dibantu oleh fasilitator dengan menggunakan aplikasi CANVA. Setelah selesai kami juga membantu sampai proses pencetakan kemasan dan mengawal kemasan baru sampai kepada konsumen dan melihat respon dari konsumen terhadap kemasan baru. Beberapa UMKM melaporkan respon yang sangat baik bahkan terjadinya peningkatan jumlah permintaan dengan adanya kemasan baru. Hal ini berdampak sangat baik kepada UMKM sehingga mereka merasakan dampak langsung yang dapat dirasakan dengan adanya perbaikan kemasan.

Acknowledgements

Ucapan terbesar kami ucapkan kepada Universitas Telkom yang telah konsisten mengadakan program pengabdian masyarakat. Kepada masyarakat UMKM yang telah ikut serta dalam program pengabdian masyarakat skema pelatihan/pendampingan periode 2023- 1

Referensi

Putri, A. D., Permatasari, B., & Suwarni, E. (2023). Strategi Desain Kemasan Sebagai Upaya Peningkatan Daya Jual Produk Umkm Kelurahan Labuhan Dalam Bandarlampung. *Journal of Social*

Sciences and Technology for Community Service (JSSTCS), 4(1), 119-123.

Sufaidah, S., Aminah, N., Prasastii, M. A., & Oktavianti, D. (2022). Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 152-156.

Najib, M. F., Februadi, A., Djarnika, T., Rafdinal, W., Lasambouw, C. M., & Nuryati, N. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 56-64.

Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan pengembangan kemasan produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115-120.

Rizqi, A. W., Jufriyanto, M., & Pusporini, P. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Produk Asosiasi UMKM Kecamatan Sidayu, Kabupaten Gresik (Studi Kasus: Produk Kerupuk). *IJCOSIN: Indonesian Journal of Community Service and Innovation*, 1(1), 33-38.

