

RESEARCH ARTICLE

Pelatihan Desain Kemasan Dan Branding Produk Di Desa Lebakmuncang, Ciwidey

R. Amalina Dewi Kumalasari,* Nurafni Rubiyanti, Yulia Nur Hasanah, Terbit Setya Pambudi and Sheila Andita Putri

Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia

*Corresponding author: radenamalina@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kemasan memiliki peran penting dalam produk makanan, terutama bagi pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), karena berpengaruh terhadap keamanan pangan, daya tarik produk, dan persepsi konsumen. Namun, masih banyak UMKM yang menggunakan kemasan konvensional tanpa mempertimbangkan aspek keberlanjutan lingkungan dan kesesuaian bahan dengan karakter produk makanan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM di Desa Lebakmuncang, Kecamatan Ciwidey, dalam memilih bahan kemasan ramah lingkungan serta memahami karakteristik dan fungsi berbagai jenis bahan kemasan untuk produk makanan. Metode pelaksanaan kegiatan meliputi penyampaian materi, diskusi interaktif, dan evaluasi melalui survei kepuasan peserta. Kegiatan ini diikuti oleh 20 peserta yang merupakan pelaku UMKM dan masyarakat setempat. Hasil evaluasi menunjukkan tingkat kepuasan peserta yang sangat baik, dengan rata-rata persetujuan mencapai 92%, yang mencerminkan bahwa materi yang diberikan dinilai relevan, mudah dipahami, dan bermanfaat bagi pengembangan usaha peserta. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong penggunaan kemasan yang lebih ramah lingkungan sekaligus meningkatkan kualitas dan daya saing produk makanan UMKM secara berkelanjutan.

Key words: Kemasan ramah lingkungan, produk makanan, UMKM, desain kemasan, pengabdian masyarakat.

Pendahuluan

Kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam produk makanan yang berfungsi tidak hanya sebagai pelindung fisik, tetapi juga sebagai sarana komunikasi informasi, pembentuk citra produk, serta penentu persepsi kualitas di mata konsumen. Dalam konteks UMKM pangan, kemasan memiliki peran strategis dalam meningkatkan nilai tambah produk, memperluas jangkauan pasar, dan membangun kepercayaan konsumen terhadap keamanan pangan [1]. Seiring meningkatnya kesadaran global terhadap isu lingkungan, kemasan ramah lingkungan menjadi perhatian utama dalam industri pangan. Penggunaan kemasan plastik sekali pakai telah terbukti memberikan dampak negatif terhadap lingkungan, mulai dari pencemaran tanah dan air hingga peningkatan emisi karbon. Oleh karena itu, peralihan menuju bahan kemasan yang dapat didaur ulang, terurai secara alami, atau digunakan kembali menjadi tuntutan yang tidak dapat dihindari, termasuk bagi pelaku UMKM [2].

Di sisi lain, tren konsumen saat ini menunjukkan preferensi yang semakin kuat terhadap produk makanan yang tidak hanya aman dan berkualitas, tetapi juga diproduksi secara bertanggung jawab terhadap lingkungan. Penelitian menunjukkan bahwa kemasan ramah lingkungan dapat meningkatkan niat beli konsumen dan memperkuat citra merek, khususnya pada produk makanan lokal dan UMKM (Harahap &

Syafril, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa kemasan berkelanjutan tidak hanya berdampak ekologis, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi.

Desa Lebakmuncang di Kecamatan Ciwidey memiliki potensi pengembangan UMKM produk makanan berbasis hasil pertanian. Namun, berdasarkan pengamatan lapangan, sebagian besar pelaku UMKM di wilayah ini masih menggunakan kemasan sederhana dengan desain yang terbatas dan informasi produk yang minim. Keterbatasan pengetahuan mengenai jenis bahan kemasan ramah lingkungan, karakteristik bahan terhadap produk makanan, serta kesesuaian kemasan dengan prinsip keamanan pangan menjadi salah satu kendala dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Kondisi ini sejalan dengan temuan Susanti dan Nuryati [2] yang menyatakan bahwa kurangnya pendampingan dan edukasi teknis masih menjadi tantangan utama dalam pengembangan UMKM pangan di pedesaan. Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM Desa Lebakmuncang dalam memilih bahan kemasan ramah lingkungan untuk produk makanan, mengenal berbagai jenis dan karakteristik bahan kemasan yang aman bagi pangan, serta memahami peran kemasan dalam meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Kegiatan ini diharapkan dapat mendukung pengembangan UMKM yang

lebih berkelanjutan sekaligus berkontribusi pada upaya konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab.

Metodologi Penelitian

Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan pada 2 sampai 3 Desember 2025 dan diikuti oleh 20 peserta pelaku UMKM dan masyarakat Desa Lebakmuncang, Ciwidey, Kabupaten Bandung. Peserta kegiatan berjumlah 20 orang yang terdiri dari pelaku UMKM produk makanan, kelompok masyarakat desa, serta perwakilan pengelola usaha kecil berbasis olahan hasil pertanian. Pemilihan peserta dilakukan secara purposif dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung mereka dalam proses produksi dan pengemasan produk makanan lokal. Pelaksanaan kegiatan diawali dengan penyampaian materi mengenai konsep dasar kemasan ramah lingkungan untuk produk makanan, visualisasi dapat dilihat pada gambar 1. Pada tahap ini, tim pengabdian menjelaskan peran kemasan tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai elemen penting dalam menjaga keamanan pangan (*food safety*), meningkatkan citra produk, serta mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan. Peserta diperkenalkan pada isu-isu lingkungan yang berkaitan dengan penggunaan kemasan plastik sekali pakai serta urgensi peralihan menuju kemasan yang lebih berkelanjutan.



Gambar 1. Contoh Materi yang Disampaikan Kepada Peserta

Selanjutnya, kegiatan dilanjutkan dengan pemaparan berbagai jenis bahan kemasan ramah lingkungan yang dapat digunakan untuk produk makanan UMKM (Gambar 2). Materi mencakup karakteristik, kelebihan, dan keterbatasan masing-masing bahan, seperti kertas kraft dan karton daur ulang, bioplastik berbasis pati dan *polylactic acid* (PLA), kemasan berbahan serat alami seperti bagasse dan bambu,

serta kemasan guna ulang berbahan kaca dan logam. Pada sesi ini, peserta juga diberikan pemahaman mengenai aspek keamanan bahan kemasan terhadap pangan, termasuk ketahanan terhadap minyak, air, dan panas, serta kesesuaiannya dengan jenis produk makanan yang dihasilkan.



Gambar 2. Pemaparan Jenis Bahan Kemasan Ramah Lingkungan

Tahap berikutnya adalah sesi studi kasus dan inspirasi desain kemasan dari Jepang (Gambar 3). Dalam sesi ini, peserta diajak untuk mengamati dan mendiskusikan contoh-contoh desain kemasan produk makanan dari Jepang yang dikenal mengedepankan prinsip minimalis, fungsional, dan ramah lingkungan. Tim pengabdian menekankan bagaimana desain kemasan Jepang mampu menggabungkan estetika sederhana, efisiensi bahan, kejelasan informasi produk, serta nilai budaya dan cerita produk (*storytelling*). Diskusi ini bertujuan untuk memberikan wawasan kepada peserta bahwa kemasan ramah lingkungan tetap dapat memiliki daya tarik visual yang tinggi dan meningkatkan persepsi kualitas produk.



Gambar 3. Pemaparan Jenis-Jenis Desain Kemasan

Untuk memperkuat pemahaman, kegiatan dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif dan tanya jawab, di mana peserta dapat menyampaikan permasalahan kemasan yang selama ini dihadapi dalam usaha mereka. Tim pengabdian memberikan umpan balik dan rekomendasi pemilihan bahan kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk makanan peserta, baik dari segi fungsi, biaya, maupun keberlanjutan lingkungan. Dokumentasi untuk tahap ini terlampir dalam gambar 4



Gambar 4. Sesi Diskusi Interaktif

Sebagai tahap akhir, dilakukan evaluasi kegiatan melalui penyebaran kuesioner kepuasan peserta. Instrumen evaluasi menggunakan skala Likert lima poin yang mencakup aspek kesesuaian materi dengan kebutuhan peserta, kejelasan penyampaian materi, kecukupan waktu pelaksanaan, kualitas pelayanan panitia, serta harapan peserta terhadap keberlanjutan kegiatan di masa mendatang. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai dasar untuk menilai efektivitas kegiatan sekaligus sebagai masukan untuk perbaikan program pengabdian selanjutnya

Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Lebakmuncang menunjukkan bahwa isu kemasan ramah lingkungan merupakan topik yang relevan dan dibutuhkan oleh pelaku UMKM produk makanan. Pada tahap awal kegiatan, sebagian besar peserta masih memandang kemasan sebatas sebagai pembungkus produk agar mudah dibawa dan disimpan. Aspek keberlanjutan, keamanan pangan, serta peran kemasan dalam membangun kepercayaan konsumen belum menjadi pertimbangan utama dalam pemilihan bahan kemasan.

Table 1. Evaluasi Kegiatan

No	Poin Penilaian	STS	TS	N	S	SS
1	Materi sesuai dengan kebutuhan peserta	0	0	1 (5%)	7 (35%)	12 (60%)
2	Waktu pelaksanaan kegiatan cukup	0	1 (5%)	2 (10%)	9 (45%)	8 (40%)
3	Materi mudah dipahami	0	0	1 (5%)	6 (30%)	13 (65%)
4	Pelayanan panitia selama kegiatan	0	0	0	5 (25%)	15 (75%)
5	Harapan keberlanjutan kegiatan	0	0	1 (5%)	4 (20%)	15 (75%)

Setelah mengikuti kegiatan, peserta mulai memahami interaktif efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta. Tingginya harapan

peserta agar kegiatan serupa dapat dilanjutkan juga mengindikasikan adanya kebutuhan berkelanjutan terhadap pendampingan UMKM, khususnya dalam aspek kemasan produk. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa keterbatasan pengetahuan dan pendampingan menjadi salah satu kendala utama UMKM dalam meningkatkan kualitas produk pangan [2]. Selain itu, pemahaman peserta mengenai hubungan antara kemasan ramah lingkungan dan persepsi nilai produk mendukung temuan Magnier et al. [3] yang menunjukkan bahwa kemasan berkelanjutan dapat meningkatkan citra produk di mata konsumen.

Secara keseluruhan, kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan mengenai pemilihan bahan kemasan ramah lingkungan dapat menjadi langkah awal yang efektif dalam mendorong perubahan pola pikir pelaku UMKM. Namun demikian, perubahan praktik secara nyata membutuhkan pendampingan lanjutan, terutama dalam aspek uji coba bahan kemasan, penyesuaian biaya produksi, dan akses terhadap penyedia bahan kemasan yang sesuai. Oleh karena itu, kegiatan pengabdian ini sebaiknya dipandang sebagai bagian dari proses berkelanjutan dalam penguatan kapasitas UMKM pangan di desa bahwa pemilihan bahan kemasan memiliki dampak langsung terhadap kualitas produk makanan dan persepsi konsumen. Pemahaman ini tercermin dari diskusi yang berkembang selama kegiatan, di mana peserta mulai membandingkan bahan kemasan yang selama ini digunakan dengan alternatif bahan yang lebih ramah lingkungan. Peserta juga menunjukkan ketertarikan terhadap bahan kemasan yang dapat didaur ulang atau digunakan kembali, terutama yang relatif mudah diperoleh dan sesuai dengan skala usaha mereka.

Dari sisi keamanan pangan, peserta menyadari pentingnya menyesuaikan bahan kemasan dengan karakteristik produk makanan. Beberapa peserta yang memproduksi makanan berminyak dan basah mengakui bahwa kemasan yang digunakan sebelumnya sering kali tidak mampu menjaga kualitas produk secara optimal. Melalui kegiatan ini, peserta memperoleh pemahaman bahwa bahan kemasan yang tepat dapat membantu menjaga mutu produk sekaligus mengurangi risiko kontaminasi.

Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pemilihan bahan kemasan ramah lingkungan untuk produk makanan serta memberikan inspirasi desain. Hasil survei kepuasan menunjukkan respon yang sangat positif, sehingga kegiatan ini berpotensi menjadi model pelatihan berkelanjutan bagi UMKM desa dalam mendukung produk ramah lingkungan dan berdaya saing.

Daftar Pustaka

- Hidayat M, Kurniawan B. Pemanfaatan Media Digital dan Kemasan Produk dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*. 2020;3(3):78-89.
- Susanti F, Nuryati T. Penerapan Teknologi Pengolahan Hasil Pertanian Berbasis Komunitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Pertanian*. 2021;4(1):33-42.
- Magnier L, Schoormans J, Mugge R. Judging a Product by Its Cover: Packaging Sustainability and Consumer Perceptions. *Journal of Cleaner Production*. 2016;111:278-86.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia. Peta Jalan Pengurangan Sampah oleh Produsen. Jakarta: KLHK; 2021.
- Kotler P, Keller KL. *Marketing Management*. 15th ed. Pearson Education; 2016.