

PELATIHAN & PENDAMPINGAN PERANCANGAN DESIGN KEMASAN PRODUK UMKM DI DAERAH RANCABOLANG

Mira Rahayu¹, Sri Martini²

¹ Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom, Jl. Telekomunikasi no. 1,
Bandung 40257, Indonesia
mirarahayu@telkomuniversity.ac.id, martini@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

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

Kata Kunci: kemasan, UMKM, Identitas Merk

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 (Najib dkk, 2022). 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 (Mashadi, 2012). 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 (Sufaidah dkk, 2022). Dalam lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan, UMKM perlu menciptakan citra merek yang kuat dan mengesankan di benak konsumen (Putri dkk, 2023). Kemasan yang dirancang dengan baik dapat mencerminkan nilai-nilai merek, menarik perhatian target pasar, dan membangun hubungan emosional dengan

konsumen. Pentingnya Kemasan bagi UMKM (Rizki dkk, 2021)

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 semuanya 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 Pada subbab ini, penulis dapat menceritakan latar belakang kegiatan, situasi/kondisi/masalah masyarakat sasaran, serta mulai mengenalkan solusi yang ditawarkan oleh tim (Budiman et al., 2013).

2. Metodologi

Metode yang dilaksanakan dalam melakukan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut :

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.

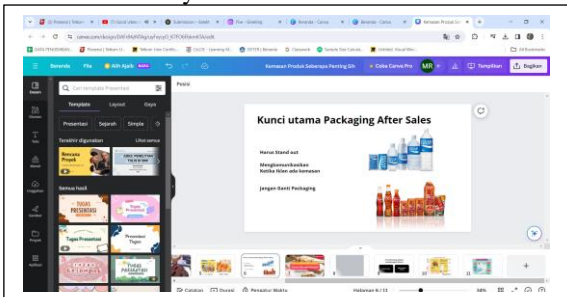
1. Analisis Kebutuhan

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 1. materi pelatihan

3. Pelaksanaan Pelatihan

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



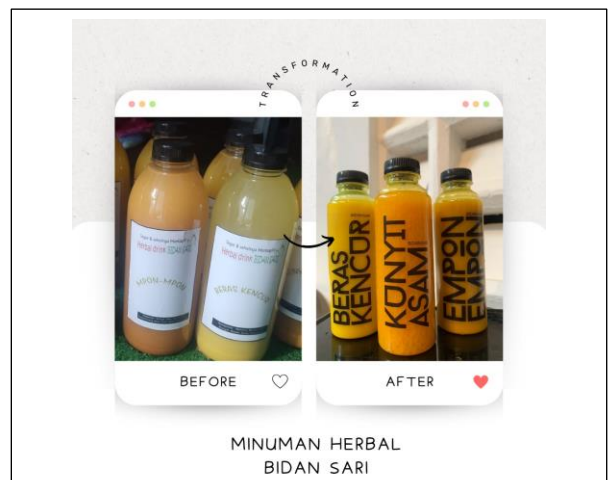
Gambar 2. Penyampaian Materi Pelatihan

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 3. Proses pendampingan Design Kemasan



Gambar 4. 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 terserifikasi.



Gambar 5. Pemotretan hasil design



Gambar 6. Foto bersama dengan UMKM

Setelah pelaksanaan kegiatan kami melakukan umpan balik terhadap kegiatan yang telah dilakukan, dengan membagikan kuesioner terhadap peserta. Hasilnya sebanyak 62,5% menyatakan Setuju, sebanyak 34,4% menyatakan sangat setuju bahwa materi kegiatan sesuai dengan kebutuhan peserta. Dari sisi waktu menyatakan cukup sebanyak 81,3% setuju dan 6,3% Sangat Setuju, Terhadap pelayanan baik panitia 62,5% Setuju, dan 34,4% sangat setuju. Terhadap keberlanjutan kegiatan sebanyak 53,3% setuju dan 46,9% sangat Setuju.

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 enaknya. Setelah

kami melakukan studi pendahuluan salah satu penyebab nya 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.

5. Referensi

- Mashadi, M., & Munawar, A. (2021). Pendampingan pengembangan kemasan produk bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(1), 115-120.
- 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.
- 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.
- 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.
- Adiwijaya, A., Budi, B., Cahya, C. *Journal of Structures and Materials in Civil Engineering* 2013, 1(29), 97-103.
- 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.