

## **PENDAMPINGAN DAN PEMBUATAN DESAIN KEMASAN PRODUK PADA UMKM PISANG BATIK KELOMPOK WANITA TANI AYU MANDIRI DI DESA CIPURWASARI**

Feri Ibrahim Fitria Nurapriani  
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
[mn19.feriibrahim@mhs.ubpkarawang.ac.id](mailto:mn19.feriibrahim@mhs.ubpkarawang.ac.id)  
[fitria.apriani@ubpkarawang.ac.id](mailto:fitria.apriani@ubpkarawang.ac.id)

### **Abstrak**

UMKM memiliki fungsi strategis dalam perekonomian nasional. UMKM menjadi sistem ekonomi kerakyatan untuk mengurangi permasalahan kemiskinan dan pengembangannya mampu memperluas perekonomian daerah dan ketahanan nasional. Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Cipurwasari, terdapat UMKM yang cukup berpotensi untuk dikembangkan yaitu UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri. Namun, setelah dilakukan pengamatan dilapangan terdapat beberapa permasalahan salah satunya adalah pelaku UMKM kurang memperhatikan akan pentingnya sebuah desain kemasan produk sebagai daya tarik konsumen. Hal ini disebabkan karena kurangnya pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM terhadap desain kemasan produk dan dunia digitalisasi. Melihat dari permasalahan tersebut penulis melakukan kegiatan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari. Kegiatan tersebut bertujuan untuk menciptakan sebuah kemasan produk yang menarik dan menambah pengetahuan para pelaku UMKM akan pentingnya desain kemasan produk dalam kegiatan berwirausaha. Kegiatan tersebut menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengamatan, sosialisasi langsung pada UMKM, dan wawancara. Hasil akhir yang didapat pada kegiatan tersebut terciptanya sebuah kemasan produk yang menarik dan dapat bersaing dengan pesaing produk yang serupa.

Kata kunci: *UMKM, Desain Produk, Manajemen Pemasaran.*

### **Pendahuluan**

Kuliah Kerja Nyata (KKN) merupakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di daerah tertentu. Kegiatan ini memberikan tujuan serta pengalaman kerja nyata dilapangan sesuai dengan disiplin ilmu untuk membentuk sikap mandiri dan tanggung jawab dalam melaksanakan pekerjaan dilapangan. Kuliah Kerja Nyata (KKN) juga untuk membantu masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan keterampilan sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat tersebut.

UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Pada dasarnya,

UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil,

maupun rumah tangga. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai pondasi utama sektor perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemampuan kemandirian dalam berkembang pada masyarakat khususnya dalam sektor ekonomi.

Salah satu UMKM yang ada di desa Cipurwasari adalah UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri, yang mana usaha rumahan ini beralamat di dusun Cikawung RT/RW 013/004, desa Cipurwasari, kecamatan Tegalwaru, kabupaten Karawang. UMKM tersebut didirikan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) desa Cipurwasari yang diketuai oleh Ibu Ucah. UMKM tersebut memproduksi olahan rumahan aneka cemilan berbahan baku pisang yang dipadukan dengan aneka rasa yang berbeda-beda.

Pada saat dilakukan observasi atau pengamatan oleh penulis pada UMKM tersebut, terdapat beberapa permasalahan salah satunya adalah perihal kurang menariknya kemasan produk pada UMKM tersebut. Pelaku UMKM kurang memperhatikan akan pentingnya kemasan produk sebagai daya tarik konsumen pada kegiatan berwirausahanya. Kemasan tersebut hanya menggunakan kemasan plastic biasa tanpa disertai adanya desain kemasan maupun logo sebagai ciri khas dari produk tersebut. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM terhadap desain produk serta kurangnya kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya desain produk dan pemanfaatan digitalisasi dalam kegiatan berwirausahanya.

Sebagai alternatif dari permasalahan diatas, penulis melakukan kegiatan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari. Kegiatan tersebut sekaligus menjadi program individu pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Cipurwasari yang dilakukan oleh penulis. Tujuan dilakukannya kegiatan tersebut, selain dapat menambah pengetahuan dan wawasan bagi peaku UMKM juga dapat membantu UMKM dalam menciptakan kemasan produk yang menarik sehingga dapat bersaing dengan pesaing produk lainnya.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. (Rudjito, 2003).

Menurut Kotler dan Keller (2017: 396) menyatakan bahwa desain produk adalah totalitas fitur yang mempengaruhi produk dapat dilihat, dirasakan, dan berfungsi bagi

pelanggan. Desain produk adalah nilai yang terkandung dalam suatu produk dan berupa penampilan produk yang khas dan menarik serta menjadi pembeda dengan pesaing produk. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016: 254) desain produk adalah konsep yang lebih besar dari gaya. Gaya hanya menggambarkan penampilan produk. Gaya bisa menarik atau membosankan. Gaya yang sensasional bisa menarik perhatian dan menghasilkan estetika yang indah, tetapi gaya tersebut tidak benar-benar membuat kinerja produk menjadi lebih baik. Tidak seperti gaya, desain tidak hanya sekedar kulit luar, desain adalah jantung produk.

Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Kotler dan Keller (2016: 5), pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016:11), Dedi Purwana (2017:2) mengemukakan pada dasarnya digital marketing merupakan kegiatan pemasaran yang menggunakan media digital dengan menggunakan internet yang memanfaatkan media berupa web, social media, e-mail, database, mobile/wireless dan digital tv guna meningkatkan target konsumen dan untuk mengetahui profil, perilaku, nilai produk, serta loyalitas para pelanggan atau target konsumen untuk mencapai tujuan pemasaran.

## **Metode**

Kegiatan ini menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan melakukan teknik pendampingan/sosialisasi, wawancara, pengamatan, dan dokumentasi secara langsung pada para pelaku UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari.

Waktu pelaksanaan Kuliah Kerja Nyata (KKN) dimulai pada tanggal 01 Juli sampai dengan 31 Juli 2022, namun kegiatan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri yang beralamat di dusun Cikawung, RT/RW 013/004, desa Cipurwasari, kecamatan Tegalwaru, kabupaten Karawang, sebagai program individu penulis dilakukan pada tanggal 15 Juli 2022, karena pada awal kegiatan melakukan pengamatan atau observasi lapangan terlebih dahulu untuk mengetahui masalah yang terjadi pada pelaku UMKM di desa Cipurwasari.

Setelah seluruh data terkumpul kemudian dilakukan analisis data sehingga dapat diketahui peranan kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) ini berhasil dilaksanakan dan mampu melakukan pendampingan sesuai dengan program kerja yang sudah disusun sehingga akhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dipublikasikan secara sistematis dengan data yang

akurat dalam bentuk artikel.

### Hasil Penelitian dan Pembahasan

Desa Cipurwasari yang terletak di dalam kecamatan Tegalwaru, kabupaten Karawang memiliki salah satu UMKM yang berpotensi untuk dikembangkan yaitu UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri. UMKM tersebut beralamat di dusun Cikawung, RT/RW 013/004, desa Cipurwasari, kecamatan Tegalwaru, kabupaten Karawang. UMKM tersebut didirikan oleh Kelompok Wanita Tani (KWT) di desa Cipurwasari yang diketuai oleh Ibu Ucah. Dengan memanfaatkan hasil kekayaan bumi berupa melimpahnya hasil pohon pisang, ibu Ucah dan rekan-rekannya memproduksi olahan pisang menjadi aneka cemilan berbahan pisang dengan rasa yang bervariasi.

Pada kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Cipurwasari, penulis melakukan pengamatan pada UMKM tersebut diatas, dan ditemukan beberapa permasalahan sebagai berikut pada tabel 1.

Permasalahan	Alternatif Solusi	Metode
Desain kemasan produk yang kurang menarik.	Melakukan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk.	Desain kemasan produk menggunakan aplikasi Canva.
Kurangnya pemahaman dan wawasan mengenai desain produk serta pemanfaatan digitalisasi.	Melakukan pendampingan dan sosialisasi langsung untuk menambah pengetahuan serta wawasan bagi pelaku UMKM.	Wawancara dan sosialisasi langsung pada pelaku UMKM.

Seperti yang sudah dipaparkan pada tabel 1. Sebagai alternatif dari permasalahan pada UMKM tersebut maka dilakukan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari.

Desain produk merupakan hal yang cukup penting pada produk yang akan dijual. Dengan memperhatikan desain kemasan produk dapat menjadikan daya tarik konsumen pada produk itu sendiri. Berikut ini fungsi desain produk sebagai pengembangan suatu usaha atau bisnis :

1. Menjadikan Konsumen Puas Akan Pelayanan

Konsumen akan lebih melirik sebuah produk berdasarkan desain yang ditampilkan.

Karena dengan melihat desain yang berkualitas, penampilan yang menarik, kemudahan

penggunaan serta minim kendala menjadikan konsumen mengambil kesimpulan bahwa hasil produksi tentu bermutu dan berkualitas.

## 2. Faktor Penentu Kesuksesan Produk

Sebuah penciptaan dan inovasi dalam menghasilkan desain pada barang atau jasa akan membawa manfaat yang besar dalam sebuah bisnis. Dengan adanya faktor penentuan sebuah kesuksesan produk akan meningkatkan kinerja, efisiensi serta bisa mengurangi biaya dan resiko untuk bisnis yang dijalankan.

## 3. Meningkatkan Penjualan

Dalam menjangkau pasar yang lebih luas maka diperlukan sebuah desain pada hasil produksi yang inovatif serta kreatif. Karena adanya desain yang unik tersebut merupakan faktor penentu sebuah kesuksesan suatu produk atau jasa. Tentunya akan berpengaruh pada penjualan serta meningkatnya pengembalian sebuah bisnis.

## 4. Desain Produk Meningkatkan Kualitas Perusahaan

Sebuah perusahaan dikatakan sukses jika menghasilkan sebuah desain pada hasil produksi yang cermat, dengan adanya optimalisasi penggunaan bahan, pengurangan biaya produksi serta meminimalisir pemborosan. Selain itu desain pada hasil produksi yang dihasilkan mampu memiliki sebuah karakteristik yang unik.

Selanjutnya, hasil akhir yang didapat dari kegiatan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari, sekaligus sebagai program individu kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang dilakukan oleh penulis yaitu terciptanya sebuah desain kemasan produk yang menarik bagi UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri dan dapat bersaing dengan produk pesaing lainnya. Selain itu, pendampingan tersebut menghasilkan penambahan pengetahuan dan wawasan pelaku UMKM terhadap desain produk dan pemanfaatan digitalisasi dalam kegiatan berwirausahanya.

Berikut ini adalah hasil dokumentasi kegiatan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Cipurwasari dengan program individu yang penulis lakukan yaitu pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri, sebagai berikut:



Gambar 1. Hasil Desain



Gambar 2. Kondisi Sebelum Pendampingan



Gambar 3. Kondisi Setelah Pendampingan



**Gambar 4.** Potret Kemasan Baru



**Gambar 5.** Proses Packaging



**Gambar 6.** Foto Bersama dengan Pelaku UMKM

## Kesimpulan dan Rekomendasi

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa kegiatan pendampingan dan pembuatan desain kemasan produk pada UMKM Pisang Batik Kelompok Wanita Tani Ayu Mandiri di desa Cipurwasari menjadi cukup penting dilakukan. Selain untuk menambah pengetahuan dan wawasan perihal desain produk dan pemanfaatan digitalisasi bagi para pelaku UMKM, pendampingan tersebut juga tercipta sebuah desain kemasan produk yang dapat menjadi daya tarik konsumen serta dapat bersaing dengan pesaing produk lainnya.

Selanjutnya, masih cukup banyak pelaku UMKM yang memiliki potensi berkembang di desa Cipurwasari. Namun, permasalahan utama para pelaku UMKM selain dari pada kekurangan materil atau modal, pelaku UMKM masih banyak kurang dalam pengetahuan dan wawasan perihal manajemen pemasaran serta kurang dalam pemanfaatan digitalisasi dalam kegiatan berwirausahanya. Melihat dari permasalahan tersebut, sayang sekali rasanya jika pemerintah daerah terkhusus pemerintahan desa Cipurwasari jika tidak terlibat dalam pengembangan UMKM sekitar, melihat potensi beberapa UMKM di desa Cipurwasari yang cukup bagus untuk dikembangkan. Salah satu bentuk keterlibatan pemerintahan desa dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan serius pada UMKM sekitar.

## Daftar Pustaka

- Sudati Nur Safiah, Hanung Eka Atmaja, Dian Marlina Verawati. 2019. "UMKM Sebagai Pilar Membangun Bangsa." *Jurnal REP (Referensi Ekonomi Pembangunan)*. No 2. Vol 4.
- Rahina Nugrahani. 2015. "Peran Desain Grafis Pada Label dan Kemasan Produk Makanan UMKM." No 2. Vol 9.
- Juli Sulaksono, Nizar Zakaria. 2020. "Peranan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Desa Tales, Kabupaten Kediri." *Generation Journal*. No 1. Vol 4.