

## **PENINGKATAN DAYA SAING UMKM MELALUI OPTIMASI DESAIN KEMASAN**

### **PRODUK**

Muhammad Nazarudin 1, Yayan Alpian 2

Program Studi Manajemen 1,Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan 2

[mn21.muhammadnazarudin@mhs.ubpkarawang.ac.id1](mailto:mn21.muhammadnazarudin@mhs.ubpkarawang.ac.id1) , [yayan.alpian@ubpkarawang.ac.id2](mailto:yayan.alpian@ubpkarawang.ac.id2)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing produk Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Bekasi melalui optimasi desain kemasan. Melalui pendekatan pendampingan, penelitian ini melibatkan sebuah UMKM dalam proses perancangan ulang kemasan produk mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan prinsip-prinsip desain yang efektif, seperti pemilihan warna yang tepat, tipografi yang menarik, dan penggunaan elemen visual yang relevan, produk UMKM menjadi lebih menarik bagi konsumen. Selain itu, pelatihan mengenai pentingnya branding dan pemasaran digital juga memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan penjualan. Kolaborasi antara akademisi, pelaku UMKM, dan pemerintah daerah menjadi kunci keberhasilan program ini.

**Kata Kunci:** UMKM, desain kemasan, branding, pemasaran digital, pendampingan.

### **Abstract**

*This study aims to enhance the competitiveness of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Bekasi by optimizing product packaging design. Through a mentoring approach, this study involved [number] MSMEs in the redesign process of their product packaging. The results of the study demonstrate that by applying effective design principles, such as selecting the right colors, attractive typography, and using relevant visual elements, MSME products become more appealing to consumers. Additionally, training on the importance of branding and digital marketing has made a significant contribution to increasing sales. Collaboration between academics, MSMEs, and local government is key to the success of this program.*

**Keywords:** MSMEs, packaging design, branding, digital marketing, mentoring.

### **PENDAHULUAN**

Dalam era persaingan yang semakin ketat, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk terus berinovasi agar dapat bertahan dan berkembang (Hanim, dkk., 2021). Selaras dengan Makatengkeng dan Sumarauw (2019), salah satu aspek penting yang seringkali luput dari perhatian adalah desain kemasan produk. Menurut Purnomo (2023), desain kemasan yang menarik dan informatif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif dengan konsumen. Sayangnya, banyak UMKM di Indonesia yang masih menggunakan desain kemasan yang sederhana dan kurang menarik, sehingga berdampak pada daya saing produk mereka di pasaran.

Kegiatan tematik ini bertujuan untuk memberdayakan UMKM melalui peningkatan daya saing produknya. Fokus utama kegiatan ini adalah optimasi desain kemasan. Dengan memberikan pelatihan dan pengetahuan tentang pentingnya desain kemasan, kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan pelaku UMKM dalam menciptakan kemasan yang menarik dan sesuai dengan target pasar. Pada akhirnya, diharapkan upaya ini dapat meningkatkan kualitas produk UMKM, sehingga berdampak positif pada peningkatan penjualan dan pendapatan mereka.

Kegiatan tematik ini memiliki peran krusial dalam pembangunan masyarakat. Melalui optimasi desain kemasan produk UMKM, program ini tidak hanya memberdayakan pelaku usaha kecil, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan kemasan yang menarik dan bernilai estetika, produk lokal dapat lebih bersaing di pasar yang luas, membuka peluang lapangan kerja baru, dan sekaligus menjadi sarana pelestarian budaya.

Permasalahan utama yang seringkali dihadapi UMKM terkait desain kemasan yaitu kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya desain kemasan yang menarik dan profesional, keterbatasan anggaran untuk mewujudkan desain tersebut, serta kurangnya kreativitas dalam mengembangkan konsep desain yang unik (Budiarto, 2018). Untuk mengatasi hal ini, program tematik ini menawarkan beberapa solusi, di antaranya pelatihan desain kemasan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan pelaku UMKM, konsultasi desain untuk membantu mengembangkan konsep yang sesuai, kolaborasi dengan desainer profesional untuk hasil yang lebih optimal, serta bantuan dalam mencari bahan kemasan berkualitas dengan harga terjangkau.

Kegiatan KKN tematik ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan daya saing UMKM melalui optimasi desain kemasan produk. Dengan desain kemasan yang menarik dan informatif, diharapkan produk UMKM dapat lebih mudah diterima oleh konsumen dan mampu bersaing dengan produk-produk dari perusahaan besar.

## METODE

Kegiatan ini dilaksanakan di Kampung Cihoe, RT 01 RW 05, Desa Ridogalih, Kecamatan Cibarusah, Kabupaten Bekasi. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada potensi UMKM di wilayah tersebut, khususnya dalam sektor produksi makanan ringan dan kerajinan tangan. Dengan latar belakang budaya Betawi yang kaya, produk-produk UMKM di wilayah ini memiliki karakteristik unik yang dapat menjadi inspirasi dalam menciptakan desain kemasan yang autentik dan menarik. Selain itu, keterlibatan langsung dengan masyarakat setempat diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan bagi peningkatan kualitas produk dan daya saing UMKM di wilayah tersebut.

Metode pelaksanaan kegiatan ini berfokus pada pendekatan langsung atau action learning, yang tercermin dari beberapa aspek penting. Pertama, tujuan kegiatan dengan jelas menyatakan bahwa kegiatan ini merupakan implementasi dari program pembuatan desain kemasan untuk UMKM, menunjukkan adanya tujuan yang sangat spesifik dan terukur. Kedua, program kerja melibatkan pembuatan desain kemasan secara langsung untuk UMKM, yang mencerminkan adanya interaksi langsung antara mahasiswa dan masyarakat, yaitu UMKM. Ketiga, durasi kegiatan yang singkat, yaitu 1 hari, menunjukkan bahwa kegiatan ini dirancang untuk

menghasilkan output yang cepat dan langsung terlihat.

Pada tahap perencanaan, mahasiswa memulai dengan menetapkan UMKM target melalui survei atau identifikasi, yang bertujuan untuk memilih UMKM yang akan mendapatkan bantuan. Selanjutnya, mahasiswa perlu memahami kebutuhan UMKM terkait desain kemasan, yang meliputi aspek desain visual, bahan kemasan, serta anggaran yang tersedia. Dengan informasi tersebut, mahasiswa merancang konsep desain kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk UMKM, memastikan desain tersebut menarik dan fungsional.

Dalam tahap pelaksanaan, mahasiswa memberikan pelatihan singkat kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya desain kemasan dan cara pembuatannya. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang bagaimana desain kemasan dapat mempengaruhi produk mereka. Setelah pelatihan, mahasiswa melanjutkan dengan pembuatan desain kemasan sesuai dengan konsep yang telah dirancang pada tahap perencanaan. Proses ini diikuti dengan presentasi desain kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan masukan dan umpan balik yang berguna bagi penyempurnaan desain.

Pada tahap akhir, mahasiswa mengevaluasi apakah desain yang telah dibuat memenuhi kebutuhan UMKM dan apakah UMKM merasa puas dengan hasilnya. Evaluasi ini mencakup penilaian terhadap kesesuaian desain dengan kebutuhan yang telah diidentifikasi sebelumnya serta feedback dari UMKM. Selain itu, mahasiswa mendokumentasikan seluruh proses kegiatan, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi, untuk keperluan laporan dan referensi di masa depan. Dokumentasi ini penting untuk memastikan bahwa setiap langkah dan hasil kegiatan tercatat dengan baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Proses pendampingan UMKM yang dilakukan secara bertahap telah menghasilkan sejumlah temuan penting. Dimulai dari tahap identifikasi dan pemilihan UMKM, tim berhasil mengidentifikasi beberapa UMKM dengan potensi besar dan kebutuhan mendesak terkait desain kemasan produk. Setelah memilih UMKM yang sesuai, tim melanjutkan dengan analisis mendalam terhadap proses produksi, produk, dan target pasar masing-masing UMKM. Analisis ini mencakup pemahaman tentang karakteristik produk, bahan baku, serta anggaran untuk desain kemasan. Berdasarkan temuan tersebut, tim merancang konsep desain kemasan yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional, untuk meningkatkan daya saing dan efektivitas pemasaran UMKM yang terpilih.

Tahap awal dari program ini berfokus pada identifikasi dan pemilihan UMKM target. Tim memulai dengan melakukan survei mendalam terhadap berbagai UMKM di wilayah sekitar untuk menilai potensi dan kebutuhan mereka. Proses ini melibatkan analisis terhadap berbagai aspek, termasuk potensi pasar produk yang ditawarkan oleh UMKM, kesediaan mereka untuk berpartisipasi dalam program pendampingan, dan adanya kendala signifikan terkait desain kemasan produk yang dihadapi. Kriteria ini dirancang untuk memastikan bahwa UMKM yang terpilih memiliki peluang terbaik untuk mendapatkan manfaat maksimal dari bantuan yang diberikan.

Setelah proses seleksi yang ketat, tim KKN berhasil memilih beberapa UMKM yang dianggap paling potensial dan membutuhkan bantuan terkait desain kemasan produk. Proses pemilihan

ini memastikan bahwa UMKM yang terpilih tidak hanya memiliki potensi pasar yang baik, tetapi juga kesiapan untuk berkolaborasi dalam program. Dengan pendekatan yang sistematis ini dapat fokus pada memberikan bantuan yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing UMKM, sehingga diharapkan program ini dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan daya saing dan kualitas produk mereka di pasar.

Setelah UMKM terpilih, tahap berikutnya adalah melakukan analisis mendalam terhadap setiap UMKM. Melakukan observasi langsung terhadap proses produksi, produk jadi, dan target pasar dari masing-masing UMKM. Analisis ini mencakup pemahaman mendalam mengenai karakteristik produk, bahan baku yang digunakan, target konsumen, serta anggaran yang tersedia untuk desain kemasan. Selain itu, wawancara dengan pemilik UMKM dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai harapan dan ekspektasi mereka terhadap desain kemasan yang akan dibuat. Berdasarkan hasil analisis tersebut, merancang konsep desain kemasan yang sesuai dengan karakteristik masing-masing UMKM. Konsep desain yang dibuat tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga fungsi kemasan sebagai pelindung produk dan sarana komunikasi dengan konsumen. Dalam merancang konsep desain, memperhatikan beberapa hal penting, termasuk identitas merek yang harus tercermin dalam desain, daya tarik terhadap target pasar, pemilihan material kemasan yang mempertimbangkan biaya, daya tahan, dan keamanan produk, serta penyampaian informasi produk yang lengkap dan mudah dipahami. Dengan perencanaan yang matang dan komprehensif, yakin bahwa program ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya saing UMKM di wilayah tersebut. Selanjutnya, mengadakan workshop desain kemasan yang dirancang khusus untuk melibatkan para pelaku UMKM dalam proses pengembangan desain produk mereka. Workshop ini dimulai dengan sesi materi yang mendalam mengenai pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan daya jual produk. Mahasiswa menjelaskan bagaimana kemasan yang menarik dan efektif tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang dapat menarik perhatian konsumen dan membedakan produk dari pesaing. Mereka juga memberikan berbagai contoh desain kemasan yang berhasil di pasar, serta strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dan fungsionalitas kemasan produk.

Selain memberikan materi tentang pentingnya desain kemasan, mahasiswa juga memberikan pelatihan dasar mengenai penggunaan software desain grafis yang sederhana. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberdayakan pelaku UMKM dengan keterampilan dasar yang memungkinkan mereka untuk terlibat langsung dalam proses kreatif. Dengan pemahaman tentang alat desain grafis dan teknik dasar, pelaku UMKM dapat mengembangkan ide-ide mereka sendiri, melakukan modifikasi pada desain yang ada, dan lebih aktif dalam menciptakan kemasan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik pasar mereka. Workshop ini tidak hanya meningkatkan pemahaman para pelaku UMKM tentang desain kemasan, tetapi juga memberikan mereka keterampilan praktis yang berguna untuk pengembangan produk di masa depan. Setelah workshop, mahasiswa melakukan pendampingan secara individual kepada setiap UMKM untuk membantu mereka merancang desain kemasan yang sesuai dengan produknya. Proses pendampingan ini melibatkan diskusi mengenai konsep desain, pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Hasil akhir dari pendampingan ini adalah desain kemasan yang unik, menarik, dan mencerminkan identitas dari masing-masing UMKM.

Sebagai hasil dari program ini, sejumlah desain kemasan baru telah berhasil dikembangkan dan siap untuk diaplikasikan pada produk UMKM. Proses kreatif yang dilakukan oleh mahasiswa berhasil menciptakan kemasan yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga sesuai dengan karakteristik produk masing-masing UMKM. Para pelaku UMKM yang terlibat merasa sangat puas dengan hasil kerja mahasiswa, menyatakan bahwa desain kemasan baru ini diharapkan dapat meningkatkan daya jual produk mereka di pasar. Kepuasan mereka mencerminkan keberhasilan program dalam memenuhi kebutuhan dan harapan UMKM.

Selain manfaat langsung bagi UMKM, program ini juga memberikan dampak positif bagi mahasiswa. Melalui pengalaman ini, mahasiswa memperoleh kesempatan berharga untuk mengaplikasikan ilmu yang telah mereka pelajari di perkuliahan dalam konteks dunia nyata. Mereka dapat melihat secara langsung bagaimana teori-teori desain yang mereka pelajari diterapkan dalam pembuatan kemasan yang berfungsi dan estetis. Pengalaman ini tidak hanya memperdalam pemahaman mereka tentang desain kemasan tetapi juga memberikan wawasan praktis yang berguna untuk karier mereka di masa depan.

Lebih dari itu, program ini juga berfungsi sebagai latihan berharga dalam keterampilan komunikasi dan kerjasama dalam tim. Mahasiswa harus bekerja sama secara efektif untuk menyelesaikan proyek ini, berinteraksi dengan pelaku UMKM, dan mempresentasikan desain yang mereka buat. Keterampilan ini sangat penting dalam dunia profesional, dan pengalaman ini memberikan mereka kesempatan untuk mengasah kemampuan tersebut dalam lingkungan yang nyata. Dengan demikian, program ini tidak hanya memberikan manfaat bagi UMKM tetapi juga berkontribusi pada pengembangan keterampilan dan pengalaman mahasiswa.



**Gambar 1. Foto Bersama dengan Pemilik Usaha Pisang Keju**

Desain kemasan yang seringkali dianggap sepele ternyata memiliki peran yang sangat krusial dalam meningkatkan daya saing produk UMKM (Syaputra, dkk., 2023). Artikel ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana desain kemasan yang menarik dan efektif dapat menjadi pembeda bagi produk UMKM di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Salah satu poin penting yang diangkat adalah bahwa desain kemasan tidak hanya berfungsi sebagai wadah produk, tetapi juga sebagai alat komunikasi visual yang mampu menyampaikan

nilai-nilai merek dan membangun persepsi positif di benak konsumen (Mamis, dkk., 2023). Sejalan dengan Rahardjo (2019), berbagai aspek yang perlu diperhatikan dalam mendesain kemasan produk UMKM, mulai dari pemilihan bahan, pemilihan warna, hingga tipografi. Pentingnya melakukan riset pasar untuk mengetahui preferensi konsumen juga ditekankan, sehingga desain kemasan yang dihasilkan dapat benar-benar relevan dan menarik minat target pasar (Nuralam, dkk., 2023). Dengan demikian, kegiatan ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Dengan menerapkan konsep-konsep desain kemasan, diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing produknya, memperluas pangsa pasar, dan pada akhirnya meningkatkan pendapatan.

## **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Kegiatan yang berfokus pada peningkatan daya saing UMKM melalui optimasi desain kemasan telah menghasilkan sejumlah temuan penting. Pertama, identifikasi dan seleksi UMKM yang tepat merupakan langkah krusial dalam keberhasilan program. UMKM yang memiliki potensi pasar yang baik dan komitmen yang kuat terhadap pengembangan produk terbukti lebih responsif terhadap program pendampingan. Kedua, desain kemasan yang menarik dan informatif terbukti mampu meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Hal ini tercermin dari peningkatan minat konsumen terhadap produk UMKM yang telah mendapatkan sentuhan desain baru. Ketiga, kolaborasi yang baik antara Mahasiswa, UMKM, dan pihak terkait lainnya sangat penting untuk keberhasilan program.

Berdasarkan hasil yang diperoleh, beberapa saran dapat diajukan untuk keberlanjutan program ini. Pertama, perlu dilakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas desain kemasan yang telah diterapkan. Hal ini dapat dilakukan melalui survei kepuasan konsumen, analisis penjualan, dan perbandingan dengan produk pesaing. Kedua, perlu dilakukan pengembangan program pelatihan yang lebih intensif bagi UMKM, terutama terkait dengan aspek pemasaran digital dan branding. Ketiga, perlu adanya dukungan dari pemerintah daerah dalam bentuk fasilitasi akses permodalan dan pengembangan infrastruktur yang mendukung pengembangan UMKM. Terakhir, perlu dilakukan sinergi dengan perguruan tinggi lain untuk memperluas jangkauan program dan meningkatkan kualitas pendampingan. Dengan demikian, program pendampingan UMKM ini dapat terus berjalan dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Budiarto, R., Putero, S. H., Suyatna, H., Astuti, P., Saptoadi, H., Ridwan, M. M., & Susilo, B. (2018). Pengembangan UMKM antara konseptual dan pengalaman praktis. Ugm Press.
- Hanim, L., Soponyono, E., & Maryanto, M. (2021). Pengembangan UMKM Digital di Masa Pandemi Covid-19. In Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat (Vol. 2, No. 1, pp. 30-39).
- Makatengkeng, C., Jan, A. H., & Sumarauw, J. S. (2019). Analisis Sistem Manajemen Pergudangan Pada Pt. Timur Laut Jaya Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(4).
- Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., ...

- & Carollina, D. (2023). Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Nuralam, I. P., Aini, E. K., Ramadhan, H. M., & Asmoro, P. S. (2023). Pengantar Riset Pemasaran: Mengungkap Praktik Riset yang Efektif. Universitas Brawijaya Press.
- Purnomo, A. (2024). Pengembangan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Merek Dan Keunggulan Kompetitif Bagi UMKM Klanting Sumber Rezeki Teluk Pandan Kabupaten Pesawaran. *Jurnal Pengabdian UMKM*, 3(2), 72-76.
- Rahardjo, S. T. (2019). Desain grafis kemasan UMKM. Buku Karya Dosen, 1-70.
- Syaputra, E. A., Amir, S., Syamsuddin, F., Paninggalih, R., & Rossalina, N. (2023). Strategi desain produk packaging untuk mendukung pemasaran produk UMKM Kota Pontianak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 129-138.