Journal of Community Service and Empowerment
Volume 1 Number 1, 2024 Page 16–22
DOI:

Pelatihan Desain Kemasan Produk yang Menarik Bagi Pelaku UMKM Kampar

***Muhammad Syaipudin[1], Saru Reza[2], Hidayat Hidayat[3]**
[1,2,3]Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai,

Abstract
Attractive product packaging design training for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) was carried out to increase the competitiveness of local products by improving the quality of packaging. Product packaging functions as a protector and an important marketing tool in building brand image and attracting consumer interest. This training provides knowledge and skills to MSMEs in designing aesthetic, functional packaging that follows product characteristics and target markets. Through a practical approach, the training succeeded in increasing participants' understanding of the importance of packaging in business strategy. The training results showed an increase in the visual quality of the packaging produced by the participants, as well as a positive impact on their product sales. In addition, this training also facilitated the formation of collaborative networks among MSMEs, which can support their sustainable business growth. In conclusion, this training contributed significantly to increasing the competitiveness of MSMEs and is expected to be a model for MSME development programs in the future.

Keywords: product packaging, MSMEs, design.

Abstrak
Pelatihan desain kemasan produk yang menarik bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing produk lokal melalui peningkatan kualitas kemasan. Kemasan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang penting dalam membangun citra merek dan menarik minat konsumen. Pelatihan ini memberikan pengetahuan dan keterampilan kepada pelaku UMKM dalam merancang kemasan yang estetis, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik produk serta target pasar. Melalui pendekatan yang praktis, pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya kemasan dalam strategi bisnis. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kualitas visual kemasan yang dihasilkan oleh peserta, serta adanya dampak positif pada penjualan produk mereka. Selain itu, pelatihan ini juga memfasilitasi terbentuknya jaringan kolaboratif di antara pelaku UMKM, yang dapat mendukung pertumbuhan bisnis mereka secara berkelanjutan. Kesimpulannya, pelatihan ini berkontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing UMKM dan diharapkan dapat menjadi model untuk program pengembangan UMKM di masa mendatang

Kata kunci: kemasan produk, umkm, desain.

© Authors. Published by Global Sustainability Research Institute, Indonesia.

*Corresponding author
Email: muhammad.syaipudin@universitaspahlawan.ac.id

Introduction

Di Indonesia, UMKM memegang peran penting dalam perekonomian nasional, dengan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Namun, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam mengembangkan bisnis mereka, salah satunya adalah dalam hal pemasaran produk. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, visualisasi produk melalui kemasan yang menarik tidak hanya sekadar estetika, tetapi juga menjadi alat pemasaran yang efektif (Negoro et al., 2022). Konsumen cenderung lebih tertarik pada produk yang memiliki kemasan menarik, karena kemasan tersebut dapat memberikan persepsi kualitas dan nilai tambah terhadap produk. Oleh karena itu, pengembangan kemasan produk yang menarik menjadi sangat penting bagi UMKM untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar mereka. Bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), kemampuan untuk menciptakan kemasan yang menarik dan fungsional sering kali menjadi tantangan tersendiri. Banyak UMKM yang masih belum menyadari pentingnya desain kemasan yang baik, sehingga produk mereka kurang menarik di mata konsumen, meskipun memiliki kualitas yang baik. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, di antaranya adalah keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dalam desain kemasan, serta minimnya akses terhadap sumber daya dan teknologi yang diperlukan untuk menciptakan kemasan yang kompetitif.

Masalah ini menjadi lebih kompleks ketika UMKM harus bersaing dengan perusahaan besar yang memiliki sumber daya melimpah untuk menciptakan kemasan yang inovatif dan menarik. Akibatnya, banyak produk UMKM yang kalah bersaing di pasar, meskipun produk tersebut memiliki potensi yang besar. Oleh karena itu, perlu ada upaya nyata untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan pelaku UMKM dalam hal desain kemasan, agar produk mereka dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, kemasan juga berperan sebagai media komunikasi yang langsung berinteraksi dengan konsumen (Ratnasari et al., 2022). Melalui kemasan, pelaku UMKM dapat menyampaikan informasi penting mengenai produk, seperti bahan baku, cara penggunaan, dan manfaat produk. Lebih dari itu, kemasan juga dapat mencerminkan identitas dan nilai-nilai merek, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap produk tersebut (Rizqi et al., 2021). Namun, banyak UMKM yang belum memanfaatkan kemasan secara optimal, karena keterbatasan pengetahuan tentang desain grafis, branding, dan strategi pemasaran (Sulistiono & Mulyana, 2020). Hal ini sering kali membuat produk UMKM kurang dikenal dan kurang dihargai oleh konsumen, meskipun produk tersebut memiliki kualitas yang baik. Dalam konteks ini, pelatihan

desain kemasan produk yang menarik menjadi sangat relevan dan diperlukan. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada pelaku UMKM tentang pentingnya desain kemasan, tidak hanya sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai elemen penting dalam strategi pemasaran. Dengan pendekatan yang praktis dan aplikatif, pelatihan ini akan membekali peserta dengan keterampilan yang dapat langsung diterapkan dalam bisnis mereka, sehingga mereka dapat merancang kemasan yang efektif, menarik, dan sesuai dengan tren pasar.

Pelatihan ini juga dirancang untuk memberikan solusi jangka panjang bagi UMKM dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Dengan pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan ini, diharapkan para pelaku UMKM mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan preferensi konsumen dan perkembangan teknologi dalam industri kemasan. Selain itu, pelatihan ini akan mendorong pelaku UMKM untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menciptakan desain kemasan, yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai tambah produk dan meningkatkan daya saing di pasar global (Ratnasari et al., 2022). Pada akhirnya, dengan adanya pelatihan ini, diharapkan UMKM tidak hanya mampu bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat, tetapi juga mampu berkembang dan menjadi pemain utama dalam perekonomian lokal dan nasional. Pelatihan ini akan menjadi langkah awal yang penting dalam membangun ekosistem UMKM yang lebih kuat dan berkelanjutan, yang pada gilirannya akan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan. Pelatihan ini adalah untuk membekali pelaku UMKM dengan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menciptakan desain kemasan yang menarik, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik produk serta target pasar.

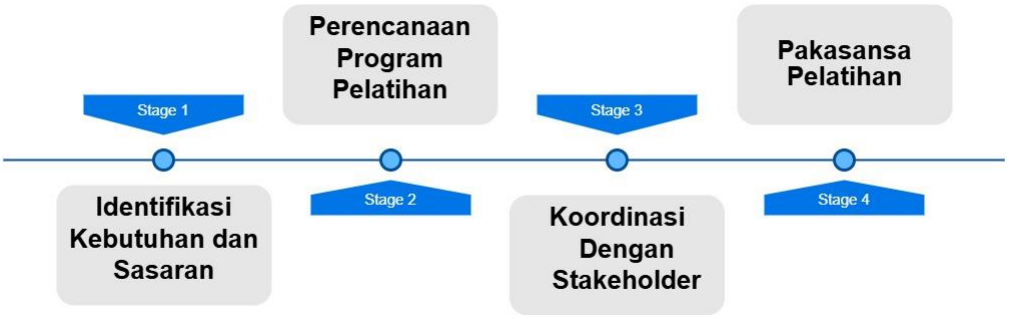
Method

Berikut adalah langkah-langkah yang dapat diambil dalam melaksanakan pengabdian masyarakat dengan judul "Pelatihan Desain Kemasan Produk yang Menarik Bagi Pelaku UMKM":

1. *Identifikasi Kebutuhan dan Sasaran*: Langkah pertama adalah melakukan identifikasi kebutuhan pelaku UMKM terkait desain kemasan produk. Hal ini dilakukan melalui survei awal atau wawancara langsung dengan pelaku UMKM untuk memahami tantangan yang mereka hadapi dan jenis pelatihan yang mereka butuhkan. Selain itu, penetapan kelompok sasaran yang jelas, yaitu UMKM yang berpotensi meningkatkan daya saing produk mereka melalui desain kemasan, menjadi kunci agar pelatihan ini tepat sasaran.
2. *Perencanaan Program Pelatihan*: Setelah kebutuhan dan sasaran ditentukan, langkah berikutnya adalah merancang program pelatihan secara menyeluruh. Ini mencakup penyusunan materi pelatihan yang meliputi dasar-dasar desain kemasan, teknik desain grafis, penggunaan alat desain digital, dan strategi pemasaran melalui kemasan. Selain itu, penjadwalan

kegiatan, alokasi anggaran, dan penyiapan fasilitas serta peralatan yang dibutuhkan selama pelatihan juga harus direncanakan dengan baik.

3. *Koordinasi dengan Stakeholder*: Pelaksanaan pengabdian ini memerlukan koordinasi dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah setempat, lembaga pendidikan, dan komunitas UMKM. Kerja sama dengan stakeholder ini penting untuk mendapatkan dukungan dan partisipasi aktif dari pelaku UMKM. Selain itu, melibatkan praktisi desain atau pakar branding sebagai narasumber dalam pelatihan juga akan meningkatkan kualitas program.
4. *Pelaksanaan Pelatihan*: Pada tahap ini, pelatihan dilaksanakan sesuai dengan jadwal yang telah disusun. Kegiatan dimulai dengan pengenalan dasar-dasar desain kemasan, diikuti oleh sesi praktik di mana peserta belajar menggunakan alat desain digital dan merancang kemasan produk mereka sendiri. Dalam pelaksanaan pelatihan, penting untuk memastikan bahwa setiap peserta mendapatkan bimbingan yang memadai, sehingga mereka dapat mengaplikasikan ilmu yang diperoleh dalam bisnis mereka.



Gambar 1. Langkah-langkah pelaksanaan pengabdian.

Result and Discussion

Pelaksanaan pelatihan desain kemasan produk bagi pelaku UMKM telah memberikan hasil yang signifikan dalam upaya meningkatkan daya saing produk lokal di pasar. Berdasarkan evaluasi yang dilakukan setelah pelatihan, mayoritas peserta menunjukkan peningkatan pemahaman yang jelas mengenai pentingnya kemasan sebagai alat pemasaran yang efektif. Peserta tidak hanya memahami konsep dasar desain kemasan, tetapi juga mampu mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam merancang kemasan produk mereka sendiri. Ini tercermin dari hasil akhir pelatihan, di mana sebagian besar UMKM peserta berhasil menciptakan desain kemasan yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik produk serta target pasar mereka. Salah satu hasil yang paling menonjol dari pelatihan ini adalah peningkatan kualitas visual dari kemasan produk yang dihasilkan oleh para peserta. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang hanya mengandalkan kemasan sederhana dengan desain yang kurang menarik dan minim informasi. Namun, setelah mendapatkan pelatihan, mereka mampu mengintegrasikan elemen-elemen penting seperti warna, tipografi, dan grafis yang relevan untuk menciptakan kemasan yang lebih profesional dan memikat. Kemasan-kemasan baru ini tidak hanya

meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, tetapi juga memperkuat identitas merek yang dimiliki oleh UMKM.

Selain itu, pelatihan ini juga berhasil membuka wawasan para pelaku UMKM mengenai pentingnya branding dan strategi pemasaran melalui kemasan. Peserta menyadari bahwa kemasan bukan hanya sekadar pelindung produk, tetapi juga merupakan cerminan dari nilai dan kualitas produk itu sendiri. Beberapa peserta melaporkan bahwa setelah menerapkan desain kemasan baru yang mereka buat, terjadi peningkatan dalam penjualan produk mereka. Ini menunjukkan bahwa desain kemasan yang menarik dapat secara langsung berdampak pada keputusan pembelian konsumen, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan keberlanjutan usaha. Peningkatan keterampilan dalam desain kemasan, pelatihan ini juga memberikan dampak positif pada pola pikir dan strategi bisnis para peserta. Sebelum mengikuti pelatihan, banyak pelaku UMKM yang menganggap kemasan hanya sebagai kebutuhan sekunder, yang tidak perlu diperhatikan secara serius. Namun, setelah mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kemasan dalam membangun citra produk dan merek, banyak peserta yang mulai mengintegrasikan desain kemasan ke dalam strategi bisnis mereka secara lebih terstruktur. Mereka mulai melihat kemasan sebagai investasi penting yang dapat meningkatkan nilai jual produk, bukan sekadar biaya tambahan.

Pembahasan juga menunjukkan bahwa pelatihan ini telah memperkuat jaringan antara pelaku UMKM yang terlibat. Interaksi dan kolaborasi yang terjadi selama pelatihan memungkinkan para peserta untuk berbagi pengalaman dan belajar dari satu sama lain. Misalnya, beberapa peserta yang lebih berpengalaman dalam menggunakan alat desain digital memberikan panduan kepada peserta lain yang masih baru dalam bidang tersebut. Hal ini menciptakan lingkungan belajar yang suportif dan kolektif, yang pada akhirnya memperkaya pengetahuan dan keterampilan seluruh peserta. Jaringan yang terbentuk ini juga berpotensi berkembang menjadi komunitas yang saling mendukung dalam mengembangkan bisnis masing-masing di masa mendatang. Pelatihan ini diharapkan dapat mendorong lebih banyak UMKM untuk berinovasi dalam hal desain kemasan dan branding. Dengan adanya peningkatan kesadaran dan keterampilan dalam desain kemasan, UMKM diharapkan dapat lebih kompetitif tidak hanya di pasar lokal tetapi juga di pasar nasional dan internasional. Dalam jangka panjang, ini akan berkontribusi pada peningkatan kualitas produk lokal dan memperkuat posisi UMKM sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Selain itu, keberhasilan pelatihan ini juga dapat menjadi model bagi program-program pengembangan UMKM lainnya, baik yang diselenggarakan oleh pemerintah, swasta, maupun lembaga pendidikan. Secara keseluruhan, pelatihan ini tidak hanya memberikan dampak langsung dalam bentuk peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga telah

memicu perubahan signifikan dalam cara pelaku UMKM memandang dan mengelola bisnis mereka. Dengan pendekatan yang komprehensif dan berfokus pada kebutuhan nyata UMKM, pelatihan ini berhasil memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas dan daya saing pelaku usaha kecil di Indonesia. Diharapkan, keberhasilan ini dapat terus berlanjut dan menjadi inspirasi bagi inisiatif-inisiatif pengembangan UMKM lainnya di berbagai daerah.

Pelatihan juga mengungkapkan beberapa tantangan yang dihadapi oleh peserta selama proses desain. Beberapa UMKM masih menghadapi keterbatasan dalam hal akses ke teknologi desain dan sumber daya yang memadai. Namun, pelatihan ini berhasil memberikan solusi praktis yang dapat diterapkan oleh UMKM dengan anggaran terbatas. Misalnya, peserta diajarkan cara menggunakan alat desain digital yang tersedia secara gratis atau dengan biaya rendah, serta teknik-teknik sederhana yang tetap efektif dalam menciptakan desain kemasan yang menarik. Dari hasil ini, dapat disimpulkan bahwa pelatihan desain kemasan produk yang menarik bagi pelaku UMKM tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek dalam bentuk peningkatan keterampilan, tetapi juga memiliki dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan dan pertumbuhan bisnis UMKM. Keberhasilan pelatihan ini menunjukkan bahwa dengan bimbingan yang tepat, UMKM dapat mengatasi keterbatasan yang ada dan meningkatkan daya saing produk mereka di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, di masa mendatang, pelatihan serupa perlu diperluas cakupannya dan diadakan secara berkala untuk mendukung perkembangan UMKM di berbagai daerah.

Conclusion

Pelatihan desain kemasan produk yang menarik bagi pelaku UMKM telah berhasil mencapai tujuan utamanya dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kesadaran peserta akan pentingnya kemasan sebagai elemen strategis dalam pemasaran produk. Melalui pendekatan yang praktis dan aplikatif, pelatihan ini tidak hanya membekali peserta dengan kemampuan teknis dalam merancang kemasan yang fungsional dan estetis, tetapi juga mengubah cara pandang mereka terhadap kemasan sebagai alat yang dapat meningkatkan daya saing dan memperkuat merek. Dampak positif yang terlihat dalam peningkatan kualitas kemasan produk serta perubahan strategi bisnis peserta menunjukkan bahwa pelatihan ini berkontribusi signifikan dalam memajukan UMKM dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif. Dengan demikian, pelatihan serupa diharapkan dapat dilanjutkan dan dikembangkan lebih lanjut untuk mendukung pertumbuhan UMKM di berbagai wilayah, yang pada akhirnya akan memperkuat perekonomian nasional secara keseluruhan.

Reference

Negoro, Y. P., Studi, P., Industri, T., Teknik, F., & Gresik, U. M. (2022). Pelatihan Desain Kemasan Produk Frozen Food Dengan Smartmockups dan Aplikasi Canva Pada UMKM Asosiasi Sidayu. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, *4*(2), 150–160.

Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie. (2022). Pelatihan Desain Kemasan dan Pemasaran pada Produk-Produk UMKM di Kabupaten Karawang. *Jurnal Abdimas Mandiri*, *6*(1), 38–45.

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

Sulistiono, & Mulyana, M. (2020). Pelatihan Pengembangan Merek Dan Kemasan Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, *1*(2), 127–134. https://doi.org/10.374/jadkes.v1i2.512