

Peningkatan kemampuan pelaku UMKM melalui pelatihan packaging produk

Hanivah Oktaviana¹, Septia Rahayu², Adila Eka Widianti¹, Umu Salama Leisubun¹

¹Prodi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

²Prodi Administrasi Publik, Fakultas Ekonomi, Ilmu Sosial, dan Humaniora, Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

*Email: Okta26102@gmail.com; ayuseptiara77@gmail.com; adilaeka852@gmail.com;

Ummuleisubunmucong@gmail.com

Abstrak

Artikel ini membahas pelaksanaan pelatihan desain kemasan produk untuk pelaku UMKM di Kalurahan Sidoagung, yang dilaksanakan oleh mahasiswa KKN MBKM Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kemampuan pelaku UMKM mengenai pentingnya pembuatan desain kemasan yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar. Metode yang digunakan meliputi pra-survei untuk menganalisis kebutuhan, edukasi mengenai desain kemasan, serta monitoring dan evaluasi. Hasil dari pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta untuk menciptakan logo dan label kemasan sesuai dengan karakteristik produk mereka. Desain kemasan yang baik terbukti dapat meningkatkan minat beli konsumen dan memberikan nilai tambah pada produk. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga memberikan pengalaman berharga bagi mahasiswa dalam penerapan ilmu yang telah dipelajari.

Kata Kunci: desain kemasan; Peningkatan UMKM; pelatihan; pemasaran; pengabdian masyarakat

Improving the ability of MSME actors through product packaging training

Abstract

This article discusses the implementation of product packaging design training for MSME actors in Sidoagung Village, which was carried out by MBKM KKN students of 'Aisyiyah University Yogyakarta. The purpose of this study is to increase the understanding and ability of MSME actors regarding the importance of making attractive packaging designs to increase the attractiveness of products in the market. The methods used include pre-survey to analyze needs, education about packaging design, and monitoring and evaluation. The results of the training showed a significant improvement in the participants' ability to create logos and packaging labels according to the characteristics of their products. Good packaging design is proven to increase consumer buying interest and provide added value to products. This activity not only provides benefits for MSME actors, but also provides valuable experience for students in the application of the knowledge that has been learned.

Keywords: *Packaging design, increased training, marketing, community service*

1. Pendahuluan

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang signifikan dalam pertumbuhan ekonomi di seluruh dunia, terutama di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah bisnis yang dapat bertahan dari krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1999 dan 2008. Pemerintah daerah bersaing untuk memaksimalkan potensi mereka untuk meningkatkan PAD, sesuai dengan Undang-Undang Otonomi Daerah (Listyawati 2016).

Seperti yang dilaporkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor Do-It-Yourself (DIY) mencapai 521.000 unit, menurut Sukamta, anggota Komite I DPR RI sekitar 98,7% dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) tersebut berasal dari sektor non-pertanian. Angka tersebut mencakup total usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Sleman sebanyak 140.395 buah, Bantul sebanyak 138.332 buah, UMKM di Gunung Kidul sebanyak 111.655 buah, UMKM di Kota Jogja sebanyak 66.575 buah, dan UMKM di Kulonprogo sebanyak 64.054 buah (Indriani et al. 2023). Dalam pelatihan Desain packaging yang dilaksanakan di kalurahan sidoagung sleman pada tanggal 3 september yang dilaksanakan oleh Mahasiswa KKN MBKM dari Universitas

Aisyiyah Yogyakarta memperoleh data bahwa sebagian dari UMKM di Sidoagung belum mempunyai desain untuk produknya.

Menurut Kotler dan Keller (2012), desain adalah keseluruhan fitur yang memengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa, dan berfungsi bagi pelanggan. Fungsi, estetika, dan daya tarik adalah tiga hal yang ditawarkan oleh desain. Kotler dan Keller juga menyatakan bahwa kemudahan pembuatan dan distribusi merupakan ciri desain perusahaan yang baik. Namun, bagi pengguna, produk yang dirancang dengan baik adalah produk yang menarik dan mudah dibuka, dipasang, digunakan, diperbaiki, dan dibuang.

Logo maupun label produk berperan penting dalam pemasaran produk offline maupun online, sebagai tanda pengenal produk hingga menambah nilai jual. Saat ini menciptakan logo/label tersebut bukanlah hal yang sulit, sudah banyak platform digital yang dapat digunakan untuk mendesain. Namun apabila tidak diiringi dengan kemampuan dalam mengoperasikan dan memanfaatkannya, akan lebih sulit dalam menciptakan logo. Sedangkan logo dapat diibaratkan pintu masuk untuk memperkenalkan produk terhadap konsumen secara tidak langsung.

Keterbatasan kemampuan dalam bidang desain masih rendah bagi sebagian pelaku usaha di Kalurahan Sidoagung, sedangkan mereka menyadari bahwa promosi produk dibutuhkan logo/label packaging untuk memperkenalkan produk hingga kontak penjual untuk mendapatkan informasi pembelian. Bukan hanya pada informasi produk saja desain itu dibutuhkan, melainkan mampu menambah nilai jual produk. Keterbatasan kemampuan tersebut dibuktikan bahwa pada saat diadakannya pelatihan desain packaging produk oleh KKN MBKM Universitas Aisyiyah Yogyakarta peserta mengaku belum mempunyai desain packaging untuk produknya. Untuk mengatasi permasalahan ini KKN MBKM Universitas Aisyiyah Yogyakarta melakukan pelatihan dengan mengajarkan pelaku usaha UMKM mendesain packaging produknya guna meningkatkan kemampuan dalam upaya peningkatan produktivitas. Harapannya setiap pelaku usaha mampu menciptakan logo/label produk sendiri sesuai dengan produk yang mereka kelola setelah melaksanakan pelatihan pembuatan logo packaging. Sehingga kemampuan tersebut telah terserap kepada pelaku usaha untuk strategi pemasaran produk.

2. Metode

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan dengan beberapa tahapan antara lain :

- a. Pra survey dilakukan untuk menganalisis situasi dan kebutuhan pelaku UMKM di Kalurahan Sidoagung; Telaah bersama antara mahasiswa dengan pihak kalurahan terkait pelatihan yang akan dilakukan serta sasaran kegiatan ; Kesepakatan bersama langkah langkah penyelesaian permasalahan yang dihadapi oleh pelaku UMKM
- b. Melakukan rapat internal mahasiswa untuk penyusunan persiapan pelaksanaan kegiatan.
- c. Pelaksanaan Kegiatan berupa edukasi kepada sejumlah 17 pelaku UMKM unggulan di Kalurahan Sidoagung. ;Pemaparan materi oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, Menengah dan pelatihan seca langsung;Praktek desain logo/label kemasan produk.
- d. Monitoring dan Evaluasi kegiatan. Monitoring dan Evaluasi dilakukan di setiap rangkaian kegiatan. Selain itu kegiatan monitoring dan evaluasi kegiatan dilakukan guna memastikan kemampuan pelaku UMKM dalam desain terkait promosi produk meningkat dan mampu menciptakan logo/label kemasan sendiri sesuai dengan produk masing masing.

Berikut alur dan tahapan kegiatan yang dilakukan dalam kegiatan pengabdian masyarakat dalam mewujudkan peningkatan kemampuan pelaku UMKM.



3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Kalurahan Sidoagung oleh Kelompok 49 KKN MBKM Membangun Desa pada tanggal 3 September berhasil melibatkan 17 pelaku UMKM unggulan. Pelatihan desain kemasan produk yang diberikan mencakup edukasi mengenai pentingnya desain yang menarik untuk meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Dari hasil monitoring dan evaluasi yang dilakukan, terlihat bahwa para pelaku UMKM menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai desain kemasan. Mereka mampu menghasilkan logo dan label kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk masing-masing. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan yang diberikan efektif dalam meningkatkan kemampuan desain pelaku UMKM.

Pentingnya desain kemasan dalam pemasaran produk tidak dapat dipandang sebelah mata. Desain kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat promosi yang dapat menarik perhatian konsumen. Menurut penelitian sebelumnya, kemasan yang menarik dapat meningkatkan minat beli konsumen dan memberikan nilai tambah pada produk.

Dalam konteks UMKM di Kalurahan Sidoagung, banyak pelaku usaha yang belum memiliki desain kemasan yang profesional. Hal ini menjadi tantangan tersendiri, mengingat persaingan di pasar semakin ketat. Oleh karena itu, pelatihan yang dilakukan bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan agar pelaku UMKM dapat bersaing di pasar yang lebih luas.

Hasil dari pelatihan menunjukkan bahwa dengan adanya bimbingan dan praktik langsung, pelaku UMKM dapat lebih memahami elemen-elemen penting dalam desain kemasan, seperti pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual lainnya. Selain itu, kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM dalam proses pembelajaran juga menciptakan sinergi yang positif, di mana mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah, sementara pelaku UMKM mendapatkan pengetahuan praktis yang langsung dapat diterapkan dalam usaha mereka. Secara keseluruhan, kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku UMKM, tetapi juga bagi mahasiswa yang terlibat, karena mereka mendapatkan pengalaman langsung dalam pengabdian masyarakat dan penerapan ilmu yang telah dipelajari.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian masyarakat di Kalurahan Sidoagung memberikan hasil yang sangat positif dalam meningkatkan kemampuan desain kemasan bagi pelaku UMKM. Melalui pelatihan yang diberikan, para peserta berhasil memahami dan mengaplikasikan elemen-elemen penting dalam desain, seperti pemilihan warna dan tipografi, yang berdampak besar pada daya tarik produk di pasar. Desain

kemasan tidak hanya berperan sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat.

Hasil menunjukkan bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dan praktis bagi para pelaku UMKM. Kolaborasi antara mahasiswa dan pelaku UMKM menghasilkan sinergi yang saling menguntungkan. Sementara, pelaku UMKM mendapatkan wawasan baru yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Kegiatan ini memberikan manfaat signifikan bagi kedua belah pihak dan turut berkontribusi dalam pengembangan UMKM di wilayah tersebut

5. Ucapan terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih kepada para pelaku UMKM di Kalurahan Sidoagung atas bantuan yang sangat bermanfaat dalam mengikuti kegiatan ini, sehingga memastikan kelancaran pelaksanaannya. Kami juga menyampaikan apresiasi kepada Dosen Lapangan dan LPPM Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta yang telah memberikan kepercayaan kepada kami untuk melaksanakan kegiatan pengabdian kepada para pelaku UMKM di Kalurahan Sidoagung.

Daftar Pustaka

- Indriani, Indriani, Ahmad Aslam Azmi, Tika Eliyanti, and Andrea Varentina. 2023. "Pendataan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Menuju Go Digital Marketplace Di Padukuhan Jowah Kel Sidoagung, Kapanewon Godean, Sleman." *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia* 3 (6): 877–84. <https://jpmi.journals.id/index.php/jpmi/article/view/1959/286>
- Listyawati, Indri Hastuti. 2016. "Peran Penting Promosi Dan Desain Produk Dalam Membangun Minat Beli Konsumen." *Jbma* 3 (1): 62–70. <https://jurnal.stibsa.ac.id/index.php/jbma/article/view/39>
- Marketing Management oleh: KOTLER, Philip, et al. Terbitan: (2012) https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?hl=id&id=OYjntgAACAJ&redir_esc=y
- Annuridya Rosyidta Pratiwi Octasyilva, Shinta Leonita, Syahril Makosim, "Pelatihan Desain Kemasan Produk UMKM di Tangerang Selatan. Empowerment in the Community. Vol. 1, No 2, Agustus 2020 <https://www.jtmiti.org/index.php/ecj/article/view/356>
- Nufiudin, Nana Umdiana. 2023 "Peningkatan Kemampuan Berwirausaha Bagi Pelaku Usaha Ternak Puyuh Di link Pasanggrahan Walantaka Kecamatan Walantaka Kota Serang" Kaibon Abhinaya <https://doi.org/10.30656/ka.v1i1.991>.
- UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 33 TAHUN 2004 TENTANG PERIMBANGAN KEUANGAN ANTARA PEMERINTAH PUSAT DAN PEMERINTAHAN DAERAH DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2004/33TAHUN2004UU.htm>
- Tarwanto, Rahmat Alvin, Lutfia Fatihatul Jannah, Maryatul Qibtiah, and Regulus Odysy Kristarno. 2024. "2024 Nanggroe: Jurnal Pengabdian Cendikia Peningkatan Kemampuan Digital Marketing Pelaku UMKM Melalui Workshop Branding Dan Desain Logo Di Desa Pereng 2024 Nanggroe : Jurnal Pengabdian Cendikia." 3(6):220–28. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13741035>