

Implementasi Desain Kemasan Produk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Untuk Meningkatkan Daya Saing Produk

Surya Indrawan¹, Khairul Azmi², Noto Wirot³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Sekolah Tinggi Teknologi Dumai Riau, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Surya Indrawan

E-mail: suryaindrawan03@gmail.com

Abstrak

UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) memiliki peran penting dalam perekonomian, sering kali UMKM menghadapi tantangan untuk tetap exist ditengah-tengah persaingan produk yang semakin tinggi. Kemasan memiliki daya tarik tersendiri disamping kualitas produk yang dimiliki, dimana kemasan memiliki informasi produk yang dijual, maka penting untuk menyampaikan informasi tersebut ke pelanggan, salah satunya mendesain kemasan produk untuk menarik pelanggan. Desain kemasan sangat penting dalam daya saing produk karena dapat menarik konsumen sehingga meningkatkan penjualan. Metode yang dilakukan dengan melakukan survei dan wawancara ke pelaku UMKM untuk menggali informasi permasalahan yang dihadapi UMKM berkaitan tentang. UMKM yang mengikuti ini adalah UMKM yang bergerak dibidang kuliner dan yang masih membutuhkan pelatihan dan desain atau merancang kemasan agar menghasilkan daya tarik bagi konsumen. Implikasi kegiatan ini sangat bermanfaat bagi UMKM dari segi pengetahuan dan mampu mendesain kemasan secara mandiri sehingga dapat meningkatkan daya saing produk yang dihasilkan.

Kata kunci - Desain, Kemasan, UMKM

Abstract

MSMEs (Micro, Small and Medium Enterprises) have an important role in the economy, often facing challenges to continue to exist in the midst of higher product competition. Packaging has its own charm in addition to the quality of the product it has, where the packaging has information on the product being sold, it is important to convey this information to customers, one of which is designing product packaging to attract customers. Packaging design is very important in product competitiveness because it can attract consumers so as to increase sales. The method is carried out by conducting surveys and interviews with MSME actors to explore information on the problems faced by MSMEs related to packaging design. MSMEs that take part in this are MSMEs engaged in culinary shrimp and those that still need training and design or design packaging to produce attractiveness for consumers. The implications of this activity are very beneficial for MSMEs in terms of knowledge and being able to design kamasan independently so that it can increase the competitiveness of the products produced.

Keywords - Design, Packaging, MSMEs

PENDAHULUAN

Tuntutan pelanggan yang semakin tinggi yang menginginkan kualitas yang bagus dengan harga yang terjangkau, membuat perusahaan atau pelaku usaha menghadapi tekanan untuk terus melakukan meningkatkan kualitas produk, seiring meningkatnya persaingan dunia industry khususnya di sektor kuliner (Indrawan et al., 2023).

UMKM seringkali dihadapi dengan perusahaan yang lebih besar dan mapan didalam persaingan yang semakin kompetitif, disamping itu UMKM memiliki peran yang penting dalam perekonomian suatu negara karena merupakan tulang punggung ekonomi local, memberikan lapangan kerja, mendorong inovasi dan menyumbang pertumbuhan perekonomian secara keseluruhan (Rahayu, 2024).

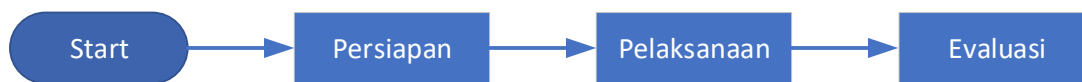
Tujuan paper ini untuk meningkatkan daya saing produk yang ditinjau dari mempertimbangkan kemasan, dimana kemasan memiliki daya tarik tersendiri disamping kualitas produk itu sendiri. Kemasan merupakan elemen penting dalam interaksi dengan konsumen, informasi merek dan juga mempresentasikan produk (Rahayu, 2024).

Dari survei yang dilakukan pada UMKM ditemukan masih minim pengetahuan dan keterampilan dalam mendesain kemasan, produk yang dihasilkan UMKM yang masih ada kekurangan dari segi desainnya, ini merupakan permasalahan yang dihadapi UMKM dalam bersaing di market untuk berinovasi dalam desain kemasan, maka dari itu pentingnya kegiatan ini untuk menunjang daya saing produk yang dihasilkan.

Desain kemasan yang menarik dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, ditinjau dari desain gambar kemasan yang menarik, warna kemasan dan font tulisan yang digunakan. Tujuan kemasan pada produk adalah *protection* (sebagai pelindung isi), *operation* memberikan (kemudahan penggunaan), *reusable* (dapat digunakan Kembali), *promotion* (promosi), *image* (identitas produk), *shipping* (kemudahan dalam proses distribusi), dan *labelling* (memberikan informasi tentang isi, pemakaian dan kualitas (Agus Syahabuddin, Dadang Kurnia, 2021). Paper ini mempertimbangkan kemasan untuk meningkatkan daya saing dan kualitas produk.

METODE

Dalam metode pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai tujuan yaitu meningkatkan daya saing produk melalui implementasi desain kemasan produk di UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). PKM ini melakukan metode pelatihan desain kemasan di UMKM kuliner di Kota Dumai. Tahapan proses kegiatan ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1.
Tahapan Proses Kegiatan PKM

Dalam tahapan yang dilakukan ada beberapa yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi (Indrawan et al., 2023). Dalam kegiatan PKM ini juga dilakukan beberapa tahap dimana, diawali dari persiapan, tahap pelaksanaan, dan tahap evaluasi, sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan

Pada tahap ini melakukan survei atau memilih tempat yang akan menjadi sasaran untuk dilakukan PKM, setelah ditentukan tempat maka selanjutnya melakukan wawancara tentang permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM.

2. Tahap Pelaksanaan

Dalam tahap pelaksanaan ini dilakukan pada salah satu UMKM yang ada di Kota Dumai yang bergerak dalam industri kuliner, dimana diawali dengan memberi pengarahan atau pemahaman tentang kemasan atau packaging kepada pelaku UMKM, pada sesi ini menunjukkan bahwa sangat pentingnya peran kemasan terhadap produk. Kemudian dilanjutkan pelatihan bagaimana mendesain kemasan dengan benar dan menarik, pelaku UMKM juga diberi kesempatan untuk mencoba desain kemasan produknya sendiri.

Tool yang digunakan untuk mendesain kemasan yaitu menggunakan Canva, alasan menggunakan canva adalah alat desain yang digunakan gratis dan hanya cukup tersambung secara online, selain itu penggunaannya mudah dipahami dan juga banyak pilihan desainnya.

3. Tahap Evaluasi

Tujuan kegiatan ini untuk meningkatkan daya saing produk ditinjau dari segi kemasan, dimana masih ada permasalahan yang dihadapi pelaku UMKM dalam memdesain kemasan produk, selain itu juga masih minimnya pengetahuan tentang kemasan sehingga desain kemasan yang ada tidak maksimal atau kurang menarik atau hanya sebagai *cover* atau pelindung produk. Pelaku UMKM yang telah diberikan pemahaman dan pelatihan tentang desain kemasan memberikan peluang untuk mengajukan pertanyaan tentang desain kemasan sehingga pelaku UMKM sangat menguasai materi yang diberikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dari kegiatan UMKM ini adalah menjawab permasalahan UMKM yaitu meningkatkan daya saing produknya dari segi desain kemasan. Dalam kegiatan PKM ini dilakukan dengan memberikan penjelasan/pengetahuan tentang kemasan, selama kegiatan pelaku UMKM sangat antusias mengikuti materi yang diberikan, dan di lanjutkan sesi tanya jawab, kegiatan ini memberikan hasil positif bagi pelaku UMKM diantaranya:

1. Memberikan teori tentang kemasan produk, sehingga memberikan pemahaman dan dapat meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM dalam mendesain kemasan.
2. Pelaku UMKM sangat terbantu dengan materi yang diberikan sehingga dapat melakukan cara melakukan desain kemasan produk.

Dalam proses pembuatan produk kuliner sangat ditentukan pemilihan bahan baku yang digunakan, namun kemasan memiliki daya tarik tersendiri dalam menarik konsumen untuk membeli produk yang dijual. Untuk itu perlu dilakukan kegiatan ini untuk membantu para pelaku UMKM dalam menjalankan usahanya agar terus tumbuh dan berkembang.

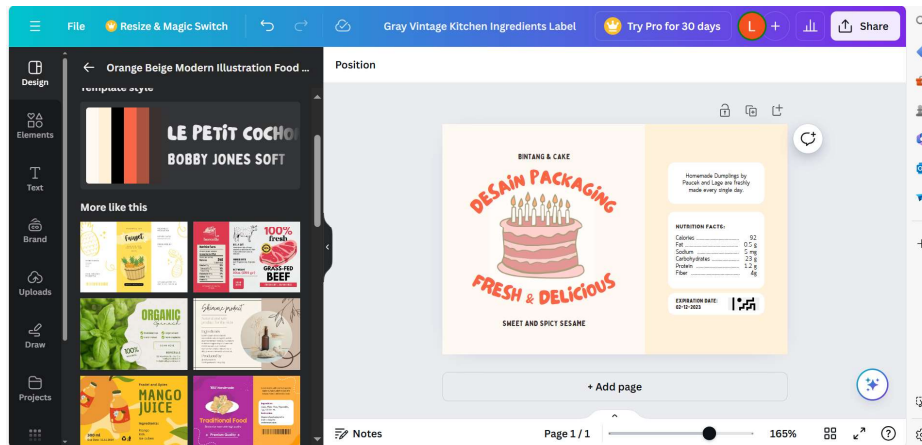
Pelaksanaan kegiatan ini juga melakukan pelatihan bagaimana mendesain kemasan atau packaging dengan baik, dalam kegiatan ini digunakan Canva untuk mendesain. Materi yang disampaikan berkaitan pentingnya kemasan bagi produk, karakteristik kemasan yang baik dan selanjutnya bagaimana merancang kemasan dengan canva. Adapun tahapan yang menggunakan canva sebagai berikut:

1. Login atau registrasi
2. Pilih kebutuhan dalam penggunaan Canva
3. Membuat Desain
4. Download hasil Desain

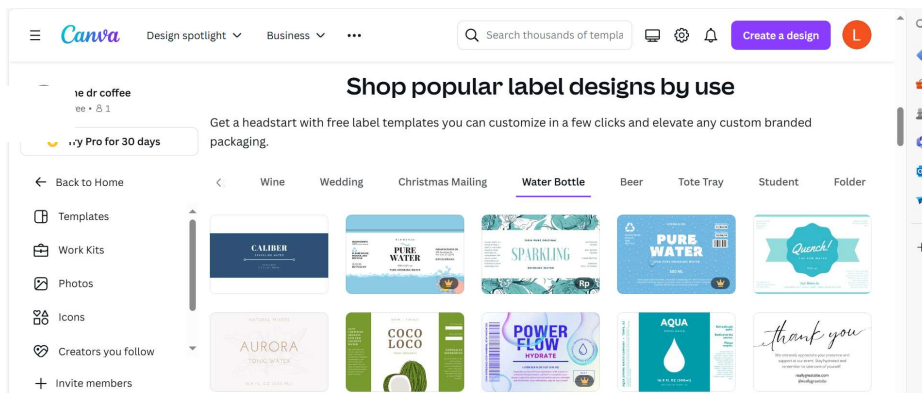
Menurut Nugroho et al. (2021) kemasan dibuat semarik mungkin untuk mempengaruhi psikologi konsumen untuk membeli sebuah produk. Maka perlu mempertimbangkan fitur – fitur yang digunakan untuk membuat logo yang menarik, pemilihan warna, tulisan yang indah dan mudah dibaca, serta kemasan yang unik yang membedakan dengan produk lain. Adapun hal-hal yang perlu dipertimbangkan adalah

1. Didesain semarik mungkin
2. Informasi yang dilampirkan jelas dan terpercaya

3. Untuk ukuran ditentukan sesuai kebutuhan



Gambar 2.
Materi Pelatihan



Gambar 3.
Materi Pelatihan

KESIMPULAN

Tujuan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan daya saing produk khususnya produk yang dihasilkan UMKM, kegiatan ini dilakukan pada UMKM yang bergerak di bidang kuliner. Kegiatan ini sangat membantu UMKM dari segi pengetahuan tentang manfaat dari kemasan dan memberikan cara membuat desain kemasan yang baik sehingga dapat menghasilkan desain menarik.

Dalam pelaksanaan kegiatan ini pelaku UMKM sangat antusias mengikuti kegiatan ini, sehingga kegiatan ini sangat memberikan manfaat bagi pelaku UMKM. Kedepannya pelaku UMKM dapat memasarkan produknya dengan baik dan bersaing dipasaran dengan adanya desain kemasan yang menarik.

DAFTAR PUSTAKA

Agus Syahabuddin, Dadang Kurnia, T. D. (2021). *STRATEGI PEMILIHAN PACKAGING MENARIK DAN EKONOMIS Abstrak untuk meningkatkan kemampuan berwirausaha melalui produksi detergen cair yang kompetitif sehingga mampu bersaing di pasar , memberikan pengetahuan terkait wirausaha dan membantu pembinaan berkelanjutan*. 3, 104–113.

- Indrawan, S., Juni, S., & Sirlyana. (2023). *Jurnal Mardika, Masyarakat Berdikari dan Berkarya Pendampingan Penerapan Good Manufacturing Practice Untuk Pendahuluan Metode. 01*, 56–62.
- Nugroho, A., Prasetyo, D., Rudin, M. F., Laudya, R., & Sulis, S. (2021). Inovasi Kemasan Pada Sabun Cuci Piring Untuk Meningkatkan Minat Usaha Masyarakat Desa Pakuhaji Kabupaten Tangerang ABSTRAK Pengabdian Kepada Masyarakat atau yang biasa disebut dengan PKM menargetkan pada inovasi kemasan pada Detergen Cuci piring yang sanga. *Fakultas Teknik, Program Studi Teknik Industri Universitas Pamulang*, 2(2776–3943), 11–19.
- Rahayu, M. (2024). Design Kemasan untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM): Strategi Meningkatkan Daya Tarik dan Daya Saing Produk. *SWAGATI: Journal of Community Service*, 7–12.
- Vinsensia, D., Utami, Y., Jannah, N., & Wulandari, D. I. (2023). Penerapan Inovasi Desain Kemasan Sebagai Branding Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2306-2311.