

PENINGKATAN MANAJEMEN PEMASARAN MELALUI DESAIN KEMASAN

Adisthy Shabrina Nurqamarani¹, Ari Juliana², Setyo Kuncoro³, Nadia Nurani
Isfarin⁴, Deddy Juniadi⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Terbuka

Email: adisthy@ecampus.ut.ac.id¹

ABSTRAK

Kata Kunci:
pengabdian
kemasan,
pelatihan
desain, ukm

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Bagaimanapun, seringkali UMKM mengalami kendala dalam hal memasarkan produknya. Beberapa faktor menjadi penyebab kendala dalam hal pemasaran produk diantaranya kualitas, finansial, tidak ada target pasar yang jelas hingga kemasan yang tidak menarik dan tidak memuat informasi tentang kandungan produk. Mitra program pengabdian masyarakat ini merupakan UMKM yang baru merintis usahanya di bidang penyedia bahan baku herbal yang mengalami kendala terkait terbatasnya pengetahuan terkait branding dan pentingnya kemasan yang menarik bagi konsumen serta penggunaan tools dan teknologi dalam membuat desain kemasan yang unik dan mewakili identitas merek. Adapun untuk mengatasi kendala tersebut, solusi yang ditawarkan adalah pelatihan desain label kemasan untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan mitra dalam memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan kemasan yang menarik dan mempunyai identitas merek. Strategi pemasaran merupakan salah satu komponen penting dalam keberhasilan usaha, tapi banyak pelaku usaha yang mengabaikan hal tersebut. Label dan kemasan merupakan salah satu komponen dari pemasaran pada aspek produk yang dapat meningkatkan minat beli customer dan juga nilai jual produk. Penelitian menunjukkan kemasan yang baik akan meningkatkan nilai jual produk lebih dari 40% dari harga awal dan tampilan grafis yang menarik dan memuat informasi yang memadai menjadi representasi dari produk yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut, kami merancang program pengabdian masyarakat dengan salah satu kegiatannya yaitu pelatihan desain label menggunakan Canva dan Freelomaker. Dalam program abdimas ini, dibagi menjadi 4 tahapan mulai dari persiapan, pelaksanaan, monitoring evaluasi, serta pelaporan. Hasil dari kegiatan ini, mitra dapat membuat logo dan mendesain kemasan secara mandiri. Selain itu, mitra juga mendapatkan peningkatan pengetahuan terkait branding dan visual identity yang tepat dan menarik konsumen. Dari hasil pelatihan, mitra dapat membuat desain kemasan yang lebih menarik dari sebelumnya, memuat informasi yang memadai dan merepresentasikan produk yang ditawarkan (produk herbal). Berdasarkan hasil survey kepuasan mitra, mitra merasa puas dengan kegiatan pengabdian masyarakat yang diberikan.

A. PENDAHULUAN

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap 97% dari total tenaga kerja yang ada serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021). Bagaimanapun, meskipun UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia, UMKM masih mengalami berbagai kendala baik dari aspek produksi, pemasaran, dan keuangan.

Untuk menjawab tantangan itu, Pemerintah telah menjalankan sejumlah program dukungan UMKM, diantaranya bantuan insentif dan pembiayaan melalui program PEN, Kredit Usaha Rakyat, Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (Gernas BBI), Digitalisasi pemasaran UMKM, Penguatan Wirausaha Alumni Program Kartu Prakerja Melalui Pembiayaan KUR, dan termasuk pula strategi jangka panjang menaikkan kelas UMKM melalui UU Cipta Kerja (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021)

Untuk mendukung program pemerintah tersebut, tim abdimas kami turut serta dalam meningkatkan ekonomi dan taraf hidup masyarakat serta memberdayakan masyarakat dalam pemanfaatan teknologi. Program pengabdian masyarakat ini sangat penting sebagai salah satu upaya untuk menyukseskan program pemerintah dalam membina UMKM dan juga turut berkontribusi dalam menjalankan Renstra LPPM UT untuk mendukung daya saing bangsa dan mengembangkan iklim kewirausahaan sosial melalui pendampingan pengembangan UMKM. Selain itu, program pengabdian masyarakat ini juga sejalan dengan matriks pemetaan tema PKM FHISIP UT 2020-2024 yaitu optimalisasi keterampilan masyarakat dalam mengembangkan usaha melalui program pelatihan desain label untuk peningkatan strategi pemasaran.

Dalam program abdimas ini, mitra terpilih merupakan UKM penyedia bahan baku herbal di Kota Bogor, Jawa Barat. Mitra merupakan UKM yang baru berdiri di tahun 2020 dengan fokus usaha di bidang penyediaan bahan baku herbal dari pengelolaan hasil limbah (daun-daun) yang dimanfaatkan untuk menjadi produk yang bernilai ekonomis. Bagaimanapun, dalam pemasaran produknya, pihak mitra mengalami kendala dari segi branding dan nilai jual produk dikarenakan produknya belum memiliki kemasan dan label yang memuat informasi minimum yang disyaratkan oleh pemerintah.

Secara umum, UMKM seringkali mengalami keterbatasan dalam hal desain kemasan. Salah satunya yaitu terbatasnya kemampuan dalam penggunaan tools dan teknologi dalam membuat desain kemasan yang unik dan mewakili identitas merek (Ramadhan, 2019). Maka solusi para pelaku UMKM adalah memilih jenis kemasan siap pakai yang tersedia di pasaran, sehingga besar kemungkinan satu bentuk kemasan dapat digunakan oleh banyak merek.

Alasan mitra belum dapat mengembangkan kemasan adalah saat ini target marketnya kebanyakan adalah perusahaan besar yang mengumpulkan bahan

baku herbal dari para UKM UKOT, namun pihak mitra berencana untuk mengembangkan produknya ke sektor konsumen (B2C), tidak hanya fokus kepada sector bisnis (B2B). Sehingga, kebutuhan untuk membranding produk dan kemasan yang layak dan menarik perlu dibuat.

Gambar 1.
Kemasan Produk Awal Tanpa Label



Gambar 1. (Kemasan produk yang belum ada label nya) menunjukkan kemasan yang kurang menarik dan belum mencantumkan informasi minimal yang dipersyaratkan oleh pemerintah untuk mengurus perizinan seperti P-IRT ataupun BPOM. Selain itu, pengemasan juga dilakukan secara manual dan belum ada brand ataupun kemasan khusus untuk memberikan positioning produk yang jelas di pasar.

Pada saat tim kami melakukan pre-survei, pihak PT.AVIN mengeluhkan kendala kemasan yang dipunyai masih sangat tradisional dan belum mempunyai label kemasan. Padahal, kemasan yang baik akan meningkatkan nilai jual produk lebih dari 40% dari harga awal dan tampilan grafis yang menarik dan memuat informasi yang memadai menjadi representasi dari produk yang ditawarkan (Nugrahani, 2015). Menyikapi kendala dan permasalahan yang dihadapi oleh mitra, kami selaku tim pelaksana merancang program abdimas yang meliputi pelatihan desain label menggunakan Canva dan Free logo maker.

Perkembangan teknologi yang pesat sekarang telah meningkatkan kapasitas untuk dapat membuat desain secara mandiri melalui aplikasi yang tersedia di Internet, seperti Canva dan Free logo maker. Diharapkan setelah mengikuti pelatihan ini, mitra dapat memahami pentingnya branding dan visual identity dari suatu produk secara mandiri mendesain kemasan yang menarik bagi konsumen. Menurut Godin (2005), "konsumen cenderung membeli apa

yang mereka inginkan, bukan yang dibutuhkannya” (Suhartanto, 2008). Oleh karena itu, kemasan merupakan salah satu stimulus untuk mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut (Wigati, 2011),konsumen dihadapkan dengan beragam pilihan. Oleh sebab itu, label kemasan sangat berperan menjadi pembeda bagi UKM dengan pesaingnya (Ramadhan, 2019)

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan program pengabdian masyarakat dilaksanakan selama April-November 2021. Kegiatan dibagi menjadi empat tahapan dimulai dari tahap persiapan, pelaksanaan, monitoring dan evaluasi, serta pelaporan. Metode yang dilakukan dalam program abdimas ini meliputi pelatihan, diskusi, pendampingan, serta monitoring dan evaluasi. Peserta dalam pelatihan desain label berjumlah 5 orang dari mitra UKM dan 4 orang dari tim abdimas. Materi yang diberikan dalam pelatihan desain label memuat tentang konsep branding, visual identity, pemilihan logo yang tepat, serta praktik langsung pembuatan logo menggunakan aplikasi canva dan free logo maker. Kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi dan tanya jawab, serta membahas target aktualisasi dari hasil pelatihan. Melalui pelatihan ini, diharapkan dapat berdampak positif terhadap pemahaman mitra tentang pentingnya branding, visual identity dan bagaimana memilih logo yang tepat. Selain itu, pelatihan ini juga diharapkan dapat berdampak pada peningkatan keterampilan mitra untuk mendesain label secara mandiri.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini meliputi:

1. Tahap Persiapan

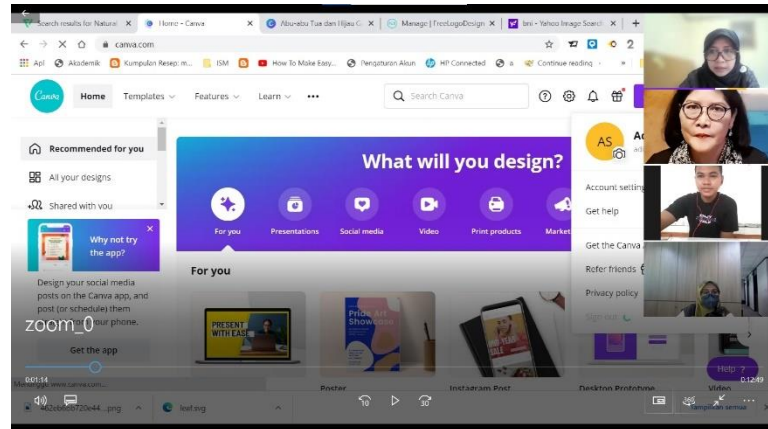
Pada tahap ini, kegiatan dilaksanakan secara daring dan luring. Kegiatan identifikasi masalah mitra dilakukan melalui kunjungan langsung ke lokasi mitra di Bogor. Mitra merupakan UKM yang menyediakan bahan baku herbal berdasarkan hasil olahan limbah dari daun-daun kering. Di tahap ini juga dilakukan koordinasi terkait program yang akan ditawarkan kepada mitra.

2. Tahap Pelaksanaan

Pada tahap kedua, yaitu tahap pelaksanaan, tim abdimas melaksanakan pelatihan desain label menggunakan Canva dan Free logo maker secara daring dengan aplikasi Zoom. Peserta dari Mitra PT. AVIN berjumlah 5 orang yang terdiri dari bagian pemasaran, produksi, direktur dan staf administrasi. Tim Abdimas diwakili oleh 4 orang dosen dan 2 orang mahasiswa. Selama proses pelatihan, materi diawali dengan penyamaan persepsi tentang pentingnya branding dan visual identity bagi suatu produk dan dilanjutkan dengan sesi praktik pembuatan desain menggunakan canva dan free logo maker. Setelah sesi praktik,

dilanjutkan dengan sesi diskusi, tanya jawab, dan pembahasan target aktualisasi mitra untuk membuat logo secara mandiri.

Gambar 2.
Pelatihan Desain Menggunakan Canva



3. Evaluasi Program

Pada tahap ketiga, dilakukan evaluasi terkait peningkatan pengetahuan dan keterampilan mitra sebelum dan sesudah pelatihan melalui kuesioner dan wawancara yang dilakukan antara tim abdimas dan mitra. Tim membandingkan kondisi mitra sebelum dan sesudah pelaksanaan program. Indikatornya adalah Pemahaman mitra mengenai pembuatan desain label menggunakan Canva dan Free logo maker. Kriterianya Mitra dapat membuat label kemasan secara mandiri.

Gambar 3.
Tampak Depan dan Belakang Kemasan Yang Didesain Secara Mandiri Oleh Mitra



Gambar 4.
Logo Merek yang didesain secara mandiri oleh Mitra



4. Pelaporan Program

Pada tahap terakhir, tim abdimas melakukan penyusunan laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program serta persiapan untuk proses publikasi. Laporan pertanggungjawaban terdiri dari laporan keuangan dan laporan kegiatan. Pada laporan kegiatan juga dicantumkan hasil survey kepuasan mitra terhadap program pengabdian masyarakat ini. Secara umum, mitra merasa puas terkait kegiatan Pengabdian masyarakat ini, baik dalam aspek pengetahuan dan keterampilan dosen selaku pelaksana kegiatan, cara dosen menyampaikan materi, dan manfaat dari program pengabdian masyarakat yang dirasakan langsung oleh mitra.

D. SIMPULAN

Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat pada mitra penyedia bahan baku Herbal di Bogor berjalan dengan baik dan lancar. Berdasarkan hasil monitoring dan evaluasi terhadap mitra dalam memahami mengenai pentingnya branding serta praktik secara langsung untuk membuat logo dan mendesain label melalui aplikasi Canva dan Free Logo Maker, mitra telah dapat mengaplikasikan ilmu yang dibagikan pada saat sesi pelatihan dengan membuat logo secara mandiri dan mendesain kemasan dengan lebih menarik dari sebelumnya.

E. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Abdimas Mengucapkan Terimakasih Kepada Lembaga Penelitian, Publikasi Dan Pengabdian Masyarakat Universitas Terbuka (UT) Atas Dukungan Dana Bagi Pelaksanaan Kegiatan Abdimas ini.

F. REFERENSI

- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Nugrahani, R. (2015). Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm. *Jurnal Imajinasi*, IX(2), 127–136. <https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/imajinasi/article/view/8846>



- Ramadhan, T. P. (2019). Peran Visualisasi Label Kemasan Produk Minuman Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen. *ARTic*, 3, 103–112. <https://doi.org/10.34010/artic.2019.3.2489.103-112>
- Suhartanto, D. (2008). *Perilaku Konsumen: Tinjauan Aplikasi di Indonesia*. Guardaya.
- Wigati, S. (2011). PERILAKU KONSUMEN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM Oleh : Sri Wigati (Dosen Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel Surabaya). *PrilakuKonsumen*, 01(01), 22–39.

