

Workshop Desain Kemasan Produk UMKM di Desa Jambar Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan

Azhar Natsir Ahdiyati¹, Jerry Dounal Rahajaan², Yulyanto³, Rika Nugraha⁴
¹²³⁴(Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kuningan, Indonesia)

Article History

Diajukan: 27-12-2022

Diterima: 05-12-2023

Diterbitkan: 12-09-2024

Kata Kunci:

Desain kemasan; Produk
UMKM; Citra produk; Pelatihan
workshop

Keyword:

Product Packaging Design

*Corresponding author

azhar.natsir@uniku.ac.id

Abstrak

Kemasan (*packaging*) adalah sebuah identitas bagi suatu produk dan akan selalu terkait dengan nilai jual dan citra produk. Kemasan (*packaging*) memiliki peran penting untuk menentukan visual dari produk dan merupakan salah satu ujung tombak penjualan suatu produk. Nilai jual ini meningkat ketika produk yang dihasilkan mendapat nilai tambahan dari kemasan yang menarik dan unik. Sedangkan citra produk terkait dengan kesan yang melekat dalam benak konsumen. Pelatihan langsung (*workshop*) desain kemasan produk untuk pelaku UMKM di Desa Jambar ini bertujuan memberikan pengetahuan/wawasan terkait desain dan kemasan yang membuat produk menjadi lebih bernilai, menarik dan aman. Pada kenyataannya, di Desa Jambar masih banyak yang belum menyadari itu dan belum memiliki kemasan yang dikemas secara baik. Berkenaan dengan itu maka perlu sebuah upaya dalam mewujudkan hal tersebut, salah satunya melalui praktik langsung (*workshop*). Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah metode presentasi mengenai pengenalan bentuk, fungsi, jenis bahan kemasan dan desain *packaging*. Serta memberikan contoh kemasan yang baik disesuaikan dengan produk yang diproduksi oleh UMKM. Pelatihan ini mendapatkan respon yang cukup baik dari peserta UMKM sehingga hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya keterampilan peserta dalam pembuatan kemasan produk untuk menunjang nilai jual dari suatu produk UMKM.

Abstract

Packaging is an identity for a product and will always be related to the selling value and image of the product. Packaging has an important role in determining product visuals and is one of the spearheads of selling a product. This selling point increases when the resulting product gets added value from attractive and unique packaging. Meanwhile, product image is related to the impression that sticks in the minds of consumers. The product packaging design workshop for MSMEs in Jambar Village aims to provide knowledge/insight into design and packaging that makes products more valuable, attractive and safe. In fact, in Jambar Village there are still many who don't know about it and don't have packaging that is packaged properly. In this regard, efforts are needed to make this happen, one of which is through direct practice (workshops). The method used in this activity is a presentation method regarding the introduction of forms, functions, types of packaging materials and packaging designs. As well as providing examples of good packaging adapted to products produced by MSMEs. This training received a fairly good response from MSME participants so that the result of this activity was an increase in participants' skills in making product packaging to support the selling value of an MSME product.

1. PENDAHULUAN

Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia sangat penting. Peningkatan atau penurunan pertumbuhan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk keterlibatan UMKM.

ISSN 2961-9416 (online). Diterbitkan oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Kuningan.

Jurnal merupakan jurnal bebas akses dibawah lisensi Creative Commons Attribution 4.0 International.

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang mandiri dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Berdasarkan informasi Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) pada bulan Maret 2021 lalu, jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau Rp.573,89 triliun. UMKM mampu menyerap 97% dari total angkatan kerja dan mampu menghimpun hingga 60,42% dari total investasi di Indonesia. Tidak hanya itu, sektor UMKM pula telah membantu penyerapan energi kerja di dalam negeri. Oleh sebab itu, adanya pemberdayaan terhadap UMKM sangat diharapkan. Satu upaya yang bisa dilakukan untuk pemberdayaan UMKM adalah pelatihan desain kemasan produk. Banyak produk sejenis di pasar yang diproduksi perusahaan luar negeri yang menguasai pasar lokal dengan mengalahkan produk UMKM Indonesia. Penyebabnya adalah kemasan produk lokal yang kurang menarik, minat local, serta dianggap tidak bersih. Padahal apapun produknya, jika dikemas baik maka akan menambah nilai tambah pada produk tersebut. Bungkus produk kita masih sangat sederhana untuk mampu bersaing menggunakan produk luar.

Satu faktor penting pada sebuah produk adalah kemasan. Kemasan kerap kali disebut menjadi “the silent salesman/girl” karena mewakili ketidakhadiran pelayanan dalam memberikan kualitas produk. Membuat kemasan harus mampu menyampaikan pesan lewat komunikasi informatif, seperti halnya komunikasi antara penjual dan pembeli. Para pakar pemasaran menyebut desain bungkus menjadi pesona produk (the product charm), karena kemasan memang berada di tingkat akhir suatu proses alur produksi yg tidak saja untuk memikat mata (eye-catching) namun jua buat memikat pemakaian (usage attractiveness). Pada era globalisasi ketika ini, kemasan memiliki peranan yang sangat krusial karena akan selalu terkait dengan komoditi yang dikemas serta sekaligus merupakan nilai jual dan citra produk. Nilai jual ini semakin tinggi ketika produk yang dihasilkan menerima nilai tambah dari kemasan yg menarik. Sedangkan citra produk terkait dengan ilustrasi produk pada benak konsumen akan semakin baik apabila produk itu dikemas secara baik, dengan kata lain produk bisa memberi kesan baik bagi konsumen. Berdasarkan pemaparan diatas, memunculkan gagasan krusial untuk melihat serta menganalisa kemasan produk UMKM yg ada di Desa Jambar.

2. METODE

Sasaran kegiatan ini adalah para pelaku UMKM yang ada di desa Jambar Kec. Nusaherang Kab. Kuningan. Pemilihan dan penetapan sasaran pelatihan ini mempunyai pertimbangan rasional-strategis dalam kaitannya dengan upaya mengembangkan kualitas pemahaman dan keterampilan para pelaku UMKM dalam rangka peningkatan daya tawar atas produk yang ditawarkan kepada konsumen. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk pelatihan (workshop) bagi pelaku UMKM yang ada di Desa Jambar Kecamatan Nusaherang Kabupaten Kuningan dan diselenggarakan pada tanggal 26 Desember 2022 di Aula Balai Desa Jambar Kecamatan Nusaherang, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat. Peserta yang terlibat dalam pelatihan ini berjumlah 15 orang yang berasal dari mitra/kelompok UMKM.

Adapun tahapan-tahapan pelaksanaannya terdiri dari (1) tahap persiapan (survey lokasi, penentuan lokasi dan sasaran, observasi lapangan, menyusun agenda pelatihan, dan menyusun materi pelatihan), (2) tahap pelaksanaan pelatihan (penjelasan materi, diskusi, dan tanya jawab).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan ditulis dalam

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan satu hari, dan dilaksanakan selama 150 menit, dalam pelatihan tersebut, diberikan materi tentang pengetahuan umum dan khusus terkait dengan desain kemasan produk UMKM, dalam menunjang daya tarik konsumen terhadap produk yang diproduksi oleh pelaku UMKM Desa Jambar Kec. Nusaherang Kab. Kuningan. Selain itu

disediakan pula beberapa contoh produk yang sudah memiliki kemasan yang efektif dapat menjadi alternatif untuk dirancang, serta tahapan-tahapan perancangan sebuah desain kemasan produk UMKM.

Berdasarkan hasil dari survey dan observasi lapangan, Pemerintah Desa Jambar Kec. Nusaherang Kab. Kuningan sangat mendukung terhadap program ini, dan para pelaku UMKM yang antusias dengan adanya workshop desain kemasan produk UMKM ini. Disisi lain tidak sedikit pula pelaku UMKM yang kurang berminat dengan program ini, hal itu dilatarbelakangi dengan adanya permasalahan internal, yang menyebabkan kurangnya kepercayaan para pelaku UMKM terhadap Pemerintah Desa. Kegiatan ini secara keseluruhan berjalan dengan lancar tanpa adanya hambatan, adapun sedikit kendala di lapangan dapat diselesaikan dengan baik, dan tentunya kegiatan workshop desain kemasan produk UMKM ini tersampaikan tepat sasaran.



Gambar di samping adalah saat melakukan survey lokasi, dan berkoordinasi dengan Kepala Desa Jambar Kec. Nusaherang Kab. Kuningan



Gambar di samping adalah saat melakukan observasi kepada pelaku UMKM



Gambar di samping adalah saat penjelasan materi dari pemateri



Gambar disamping adalah saat peserta sedang melakukan tanya jawab dan diskusi Bersama pemateri

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pelaksanaan pelatihan melalui metode-metode yang dijelaskan di atas, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat berjalan dengan lancar, efektif, efisien, sesuai dengan target sasaran, dan peserta yang antusias ikut menjadikan pelatihan ini berbuah hasil yang maksimal pula. Setelah selesainya pelaksanaan pelatihan ini, peserta menyatakan puas dan meminta untuk adanya kegiatan lanjutan yang menunjang peserta untuk memperdalam serta meningkatkan kualitas dalam pembuatan desain kemasan produk.

UCAPAN TERIMAKASIH

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sudah tentu dapat terselenggara atas dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Terimakasih diucapkan kepada Universitas Kuningan atas hibah dana pengabdian kepada masyarakat yang telah diberikan. Selain itu ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Kepala Desa Jambar Kec. Nusaherang Kab. Kuningan beserta jajarannya yang telah mendukung jalannya kegiatan tersebut

DAFTAR PUSTAKA

- 123dok.com. Pengertian Citra Produk a.pengertian produk. Diakses pada 06 Januari 2023, dari <https://123dok.com/article/pengertian-citra-produk-a-pengertian-produk.zgwj0e6y>.
- Kamarupa.com. (25 Mei 2022). Memahami pentingnya desain kemasan produk dalam bisnis. Diakses pada 06 Januari 2023, dari <https://www.kamarupa.co.id/blog/memahami-pentingnya-desain-kemasan-produk-dalam-bisnis>.
- Dedi Dermawan. Pelatihan Desain Kemasan Produk Umkm Di Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. Diakses pada 06 Januari 2023, dari https://www.academia.edu/59567730/Pelatihan_Desain_Kemasan_Produk_Umkm_DI_Kecamatan_Tambang_Kabupaten_Kampar.
- Shifa Nurhaliza. (06 Februari 2022). Begini Pentingnya Peran UMKM dalam Perekonomian Indonesia. Diakses pada 08 Januari 2023, dari <https://www.idxchannel.com/economics/begini-pentingnya-peran-umkm-dalam-perekonomian-indonesia>.
- Nurhayati, Y. ., Maesyaroh, S. ., & Priguna, G. (2022). Pengenalan Dan Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Untuk Mengembangkan Potensi Desa. *Journal of Innovation and Sustainable Empowerment*, 1(1), 12–16. <https://doi.org/10.25134/jise.v1i1.9> (Original work published August 28, 2022)