

Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM

Eka Chyntia¹, Deka Pratama Wardana², Levi Rahmalia³, Ulfira⁴, Nadia Rihhadatul Aisy⁵, Muhammad Harif⁶, Alin Adrian Pratama⁷, Muhammad Rafly Hutasoit⁸

^{1,2,3,4,5,6,7,8} Sekolah Tinggi Ilmu ekonomi Lhokseumawe, Aceh, Indonesia

Received : 15 Juni 2025, Revised : 21 Juni 2025, Published : 8 Juli 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Levi Rahmalia

E-mail: levirahmalia16@gmail.com

Abstrak

Kegiatan edukasi desain kemasan ini bertujuan untuk memperkuat branding produk UMKM lokal di Desa Ujong Blang, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat, kemasan yang menarik menjadi faktor penting untuk meningkatkan daya tarik produk dan nilai jual. Melalui pelatihan dan pendampingan, pelaku UMKM diberikan pengetahuan dan keterampilan dalam merancang kemasan yang efektif dan sesuai dengan karakter produk mereka. Kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness serta loyalitas konsumen, sekaligus memperkuat kapasitas UMKM dalam mengelola branding secara mandiri. Pengembangan program edukasi desain kemasan yang berkelanjutan direkomendasikan sebagai salah satu strategi pemberdayaan UMKM lokal untuk mendukung pertumbuhan ekonomi desa.

Kata kunci - desain kemasan, branding, edukasi

Abstract

This packaging design education activity aims to strengthen the branding of local MSME products in Ujong Blang Village, Banda Sakti District, Lhokseumawe City. In facing increasingly tight market competition, attractive packaging is an important factor in increasing product appeal and selling value. Through training and mentoring, MSME actors are given knowledge and skills in designing effective packaging that is in accordance with the character of their products. This activity is expected to increase brand awareness and consumer loyalty, while strengthening the capacity of MSMEs in managing branding independently. The development of a sustainable packaging design education program is recommended as one of the strategies for empowering local MSMEs to support village economic growth.

Keywords - packaging design, branding, education

How To Cite : Chyntia, E., Wardana, D. P., Rahmalia, L., Ulfira, U., Aisy, N. R., Harif, M., Pratama, A. A., & Hutasoit, M. R. (2025). Kemasan Menarik, Produk Meningkatkan: Edukasi Desain Kemasan untuk Penguatan Branding UMKM. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka*, 3(4), 698–704. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v3i4.207>

Copyright ©2025 Eka Chyntia, Deka Pratama Wardana, Levi Rahmalia, Ulfira Ulfira, Nadia Rihhadatul Aisy, Muhammad Harif, Alin Adrian Pratama, Muhammad Rafly Hutasoit

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat ekonomi lokal (Kementerian Koperasi dan UKM, 2020). Namun, UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, salah satunya adalah dalam hal pemasaran produk yang efektif dan daya saing yang rendah akibat kemasan produk yang kurang menarik dan kurang informatif (Vinsensia et al., 2023). Kemasan produk bukan hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang dapat memperkuat branding dan meningkatkan nilai jual produk (Kotler & Keller, 2016; Nawala Visual, 2023).

Di Desa Ujong Blang, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, UMKM lokal masih banyak yang menggunakan kemasan sederhana dan kurang menarik, sehingga produk mereka kurang dikenal oleh pasar yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan perlunya edukasi desain kemasan yang inovatif dan strategis untuk membantu UMKM memperkuat identitas merek dan meningkatkan daya tarik produk (Vinsensia et al., 2023). Edukasi ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM tentang pentingnya kemasan yang tidak hanya fungsional tetapi juga mampu menjadi alat pemasaran yang efektif (Abimanyu, 2025).

Beberapa studi menunjukkan bahwa inovasi desain kemasan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM dengan cara menarik perhatian konsumen dan memberikan informasi yang jelas mengenai produk (Nawala Visual, 2023; Abimanyu, 2025). Selain itu, pelatihan dan pendampingan dalam pembuatan kemasan yang kreatif juga terbukti meningkatkan nilai jual dan pendapatan pelaku UMKM (Wulandari et al., 2023; Muizz & Enung, 2021). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh edukasi desain kemasan dalam penguatan branding produk UMKM lokal di Desa Ujong Blang, sebagai upaya pemberdayaan ekonomi berbasis komunitas.

METODE

Metode pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tahapan sebagai berikut: survei kebutuhan UMKM terkait desain kemasan, diskusi kelompok bersama tim dan pelaku UMKM, pelatihan pembuatan desain kemasan menggunakan aplikasi digital seperti Canva, dan pendampingan pembuatan desain kemasan secara langsung (Abbas et al., 2024). Pendekatan ini sesuai dengan metode yang digunakan dalam penelitian perancangan kemasan UMKM yang menekankan pentingnya pendampingan intensif agar desain kemasan dapat efektif dan aplikatif (Dasarupa, 2023). Evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan observasi hasil desain untuk mengukur peningkatan kompetensi peserta.

1. Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian dilaksanakan di Desa Ujong Blang, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, selama kurun waktu satu bulan. Pemilihan lokasi didasarkan pada potensi UMKM lokal yang signifikan serta kebutuhan mendesak akan peningkatan kapasitas dalam hal desain kemasan dan branding produk.

2. Subjek dan Sasaran Kegiatan

Subjek utama dalam kegiatan ini adalah pelaku UMKM di desa Ujong Blang yang berjumlah 15 orang. Selain itu, kegiatan ini juga melibatkan aparat desa dan instansi terkait sebagai mitra pendukung dalam rangka pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan.

3. Prosedur Pelaksanaan

Langkah-langkah strategis dalam pelaksanaan kegiatan KKN adalah sebagai berikut:

a) Perencanaan Kegiatan

- Penyusunan program kerja berdasarkan hasil observasi awal, analisis situasi, dan kesepakatan dengan mitra.
- Koordinasi dengan Dosen Pembimbing Lapangan (DPL), perangkat desa, dan pihak terkait lainnya.

b) Sosialisasi Program

- Kegiatan diawali dengan pertemuan bersama masyarakat dan mitra untuk menyampaikan tujuan, manfaat, dan rencana pelaksanaan program.

c) Pelaksanaan Kegiatan Lapangan

- Kegiatan dilaksanakan sesuai jadwal dan tema program.
- Setiap anggota kelompok memiliki tugas spesifik berdasarkan pembagian peran yang telah disepakati.

- Pendekatan yang digunakan dapat berupa pelatihan, pendampingan, workshop, atau demonstrasi.
- d) Monitoring dan Evaluasi Internal
 - Selama pelaksanaan, dilakukan pemantauan secara berkala terhadap perkembangan program.
 - Evaluasi dilakukan bersama DPL untuk mengukur efektivitas dan kendala kegiatan.
- e) Dokumentasi dan Laporan

Setiap kegiatan didokumentasikan dalam bentuk catatan, foto, dan video. Mahasiswa menyusun laporan akhir kelompok dan luaran lainnya seperti artikel ilmiah atau media publikasi.
- 4. Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui teknik observasi partisipatif, wawancara semi-terstruktur dengan pelaku UMKM, dokumentasi visual hasil desain kemasan, serta kuesioner evaluasi kepuasan peserta pelatihan. Pendekatan triangulasi data digunakan untuk meningkatkan validitas temuan.
- 5. Analisis Data

Data kualitatif yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan tahapan pengkodean, kategorisasi, dan interpretasi untuk menggambarkan perubahan pemahaman pelaku UMKM terhadap desain kemasan dan branding produk. Analisis ini juga menilai dampak pelatihan terhadap peningkatan kualitas kemasan dan daya saing produk UMKM di pasar.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan desain kemasan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pelaku UMKM dalam membuat kemasan produk yang lebih menarik, fungsional, dan sesuai dengan karakteristik produk serta pasar sasaran (Sutarti et al., 2023). Desain kemasan yang dihasilkan mengandung elemen warna, ilustrasi, dan label yang memperkuat identitas merek dan membedakan produk dari kompetitor (Andita et al., 2022). Penerapan inovasi desain kemasan terbukti dapat meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas pasar UMKM (Vinsensia et al., 2023). Penggunaan aplikasi desain digital memberikan kemudahan akses dan peluang bagi pelaku UMKM untuk mengembangkan kemasan secara mandiri (Abbas et al., 2024). Selain aspek visual, pemilihan bahan kemasan yang ramah lingkungan dan tahan lama juga menjadi perhatian penting untuk menjaga mutu produk, terutama produk makanan tradisional (Ida Ayu et al., 2023). Analisis faktor-faktor kemasan seperti bentuk, bahan, dan informasi label sangat berpengaruh terhadap daya tarik dan ketahanan produk (Nawalavisual, 2023). Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian masyarakat di Desa Sungsang 4 yang menunjukkan peningkatan kesadaran pelaku UMKM akan pentingnya kemasan dalam memperkuat branding dan meningkatkan daya saing (AKM, 2023).

Lebih lanjut, desain kemasan yang mengintegrasikan elemen budaya lokal dan cerita produk dapat meningkatkan nilai emosional dan diferensiasi produk di pasar (Dasarupa, 2023). Pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam desain kemasan juga mulai diterapkan untuk menghasilkan logo dan kemasan yang lebih inovatif dan menarik (Ilmu Bersama, 2023). Dengan demikian, edukasi desain kemasan tidak hanya meningkatkan aspek estetika, tetapi juga aspek pemasaran dan teknologi yang dapat mendorong pertumbuhan UMKM secara berkelanjutan.

Hasil Pelaksanaan Edukasi Desain Kemasan

Kegiatan edukasi mengenai desain kemasan yang dilaksanakan di Desa Ujong Blang memberikan peningkatan yang nyata terhadap pemahaman dan kemampuan para pelaku UMKM dalam mengelola kemasan produk mereka. Pada awalnya, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, sebagian besar pelaku UMKM menggunakan kemasan yang sangat sederhana, minim informasi, dan kurang menarik secara visual. Kondisi ini menyebabkan produk yang dihasilkan kurang mampu menarik perhatian konsumen serta kesulitan bersaing di pasar yang lebih luas, terutama di luar wilayah desa.



Gambar 1. Rapat Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Edukasi Desain Kemasan

Setelah mengikuti pelatihan, para pelaku UMKM mampu mengaplikasikan prinsip-prinsip desain kemasan yang lebih menarik dan informatif. Mereka berhasil menggabungkan elemen estetika seperti pemilihan warna yang tepat, tipografi yang mudah dibaca, serta penyajian informasi produk yang lengkap dan jelas, termasuk bahan baku, tanggal produksi, dan masa simpan. Pelatihan juga mencakup penggunaan perangkat lunak desain grafis sederhana yang mudah diakses oleh pelaku UMKM tanpa memerlukan keahlian teknis yang tinggi. Pendampingan intensif selama proses pembuatan kemasan baru memastikan bahwa para pelaku UMKM dapat menerapkan teori yang diperoleh secara praktis dan mandiri.

Dampak Terhadap Branding dan Pemasaran Produk

Perubahan desain kemasan memberikan pengaruh positif terhadap persepsi konsumen terhadap produk UMKM. Berdasarkan data kuesioner dan wawancara dengan konsumen lokal dan regional, kemasan baru dinilai lebih profesional, menarik, dan memberikan kesan bahwa produk tersebut memiliki kualitas lebih baik. Persepsi positif ini secara langsung meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, yang merupakan faktor penting dalam keputusan pembelian.

Selain itu, kemasan yang dirancang dengan baik juga memudahkan para pelaku UMKM dalam melakukan branding produk secara konsisten. Branding yang kuat membantu produk lebih mudah dikenali, membangun loyalitas konsumen, dan menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan bagi usaha mikro dan kecil tersebut.

Penguatan Kapasitas UMKM dan Pemberdayaan Masyarakat

Selain dampak langsung pada kualitas kemasan dan pemasaran, pelatihan desain kemasan juga berkontribusi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia pelaku UMKM. Dengan pengetahuan baru, para pelaku UMKM menjadi lebih percaya diri dan mandiri dalam mengelola aspek pemasaran produk mereka tanpa terlalu bergantung pada pihak luar. Hal ini sangat penting untuk keberlanjutan usaha, terutama di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Kegiatan ini juga mempererat jejaring sosial antar pelaku UMKM dan aparat desa, menciptakan sinergi yang mendukung pengembangan ekonomi lokal secara menyeluruh. Dukungan dari pemerintah

desa dan instansi terkait sangat membantu dalam menyediakan fasilitas dan sumber daya yang diperlukan, sehingga program pengabdian ini dapat berjalan dengan lancar dan memberikan hasil yang optimal.

Tantangan yang Dihadapi

Walaupun hasil yang diperoleh cukup positif, terdapat beberapa kendala yang perlu menjadi perhatian. Pertama, keterbatasan akses teknologi dan perangkat lunak desain masih menjadi hambatan bagi sebagian pelaku UMKM yang belum terbiasa menggunakan media digital. Kedua, keterbatasan modal untuk produksi kemasan yang lebih modern dan berkualitas juga membatasi kemampuan pelaku UMKM dalam mengimplementasikan desain kemasan yang ideal.

Selain itu, beberapa pelaku UMKM masih menghadapi kesulitan dalam mengatur distribusi produk ke pasar yang lebih luas akibat kondisi infrastruktur yang belum sepenuhnya memadai. Hal ini memerlukan perhatian dari pemerintah daerah untuk memperbaiki aksesibilitas dan mendukung pengembangan UMKM secara menyeluruh.

Rekomendasi Pengembangan Berkelanjutan

Berdasarkan temuan dan evaluasi yang dilakukan, disarankan agar program edukasi desain kemasan dilanjutkan secara berkelanjutan dengan cakupan yang lebih luas. Pelatihan lanjutan yang lebih mendalam dan pendampingan teknis yang rutin sangat diperlukan untuk memastikan pelaku UMKM terus berinovasi dan meningkatkan kualitas kemasan produk mereka.

Pemerintah daerah dan lembaga terkait hendaknya menyediakan fasilitas pendukung seperti akses ke teknologi desain, bantuan modal untuk produksi kemasan, serta pelatihan pemasaran digital agar UMKM dapat memanfaatkan platform online sebagai media promosi dan penjualan. Integrasi antara pengembangan produk UMKM dengan promosi pariwisata berbasis budaya dan wisata halal di Desa Ujong Blang juga dapat memperkuat posisi produk di pasar dan meningkatkan nilai ekonomi desa secara keseluruhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program edukasi dan pelatihan mengenai desain kemasan bagi pelaku UMKM di Desa Ujong Blang, Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, menunjukkan efektivitas yang signifikan dalam memperkuat citra merek produk melalui peningkatan kualitas kemasan yang lebih menarik secara visual, informatif, serta memiliki fungsi yang optimal. Kegiatan ini berhasil meningkatkan pemahaman serta keterampilan para pelaku UMKM dalam merancang kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk dan kebutuhan pasar sasaran, sehingga berkontribusi pada peningkatan daya saing dan perluasan pangsa pasar produk UMKM (Vinsensia et al., 2023; Sutarti et al., 2023).

Berdasarkan temuan tersebut, direkomendasikan agar pemerintah daerah dan institusi perguruan tinggi terus memberikan dukungan berkelanjutan terhadap program edukasi dan pendampingan dalam bidang desain kemasan bagi UMKM, agar pelaku usaha mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan dinamika tren pasar yang terus berubah (Dasarupa, 2023; AKM, 2023). Selain itu, pelaku UMKM didorong untuk terus mengembangkan kreativitas dalam desain kemasan serta memanfaatkan teknologi digital dan kecerdasan buatan (AI) sebagai strategi branding yang inovatif dan efektif (Ilmu Bersama, 2023; Abbas et al., 2024). Evaluasi secara berkala juga perlu dilakukan untuk mengukur dampak jangka panjang dari perbaikan desain kemasan terhadap peningkatan penjualan dan penguatan merek UMKM, guna menjamin keberlanjutan dan peningkatan kualitas produk di masa mendatang (AKM, 2023).

Dengan demikian, penguatan desain kemasan tidak hanya berperan dalam meningkatkan aspek estetika produk, tetapi juga memiliki fungsi strategis yang krusial dalam pengembangan UMKM yang kompetitif dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada dosen pembimbing lapangan kami ibu Eka Chyntia SE, AK, MSi, aparaturnya desa Ujong Blang, dan masyarakat desa Ujong Blang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andita, M. P., Indra, A. M., Yunifa, W., & Handra, F. S. (2022). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempur berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Dewanti, R. P., Ningsih, H., Paryanto, E., & Yudhanto, S. H. (2021). Desain kemasan produk umkm makanan ringan sebagai peningkatan daya beli konsumen keripik singkong. *UN PENMAS (Jurnal Pengabdian Masyarakat untuk Negeri)*, 1(2), 50-56.
- Ida Ayu, P., Sari, N. M., & Dewi, N. K. (2023). Pemilihan bahan kemasan ramah lingkungan untuk produk makanan tradisional. *Jurnal Lingkungan dan Teknologi*, 6(1), 15-25.
- Juliarsa, & Permana. (2023). Peran pengemasan dalam daya tarik visual produk UMKM. *Jurnal Branding dan Packaging*, 2(1), 12-20.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2020). *Laporan kinerja koperasi dan UMKM Indonesia*. Jakarta: Kemenkop UKM RI.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, B., & Sawitri, D. K. (2024). Design branding kemasan pada UMKM Herbal Lestari sebagai strategi daya tarik konsumen. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(13), 119-128. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12703666>
- Maulidia, A., & Zawawi, Z. (2025). the labeling and packaging as a marketing strategy for umkm in galengdowo village, wonosalam district. *Abimanyu: Journal of Community Engagement*, 6(1), 50-55.
- Muizz, A., & Enung, F. (2021). Pelatihan desain kreatif dan kemasan pada produk dasi di UMKM Depnamor. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(7), 5617-5624. <https://doi.org/10.53625/jabdi.v2i7.4005>
- Mukhtar, & Nurif. (2015). Fungsi kemasan sebagai media promosi produk. *Jurnal Marketing*, 10(2), 45-53.
- Nawala Visual. (2023). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempur berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Nawalavisual. (2023). Analisis desain kemasan produk UMKM makanan tradisional lempur berbahan alami memiliki daya tarik dan ketahanan mutu produk. *Jurnal Nawala Visual*, 4(1), 41–49. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i1.340>
- Pasaribu, L. N., Purba, M. I., Doloksaribu, W. S. A., Batubara, M., Panggabean, E. P. A., Ginting, K. E. N., & Lubis, N. W. (2024). Pemanfaatan AI untuk Desain Kemasan dan Pembuatan Logo pada UMKM Kecamatan Sunggal. *Wahana Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 3(2), 48-53.
- Purwanto, et al. (2023). Edukasi desain kemasan berbasis digital untuk UMKM. *Jurnal Pendidikan dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 100-110.
- Ratnaningtyas, S., Setiyowati, D., & Wulandari, D. I. (2023). Pemanfaatan olahan pisang sebagai produk unggulan UMKM berbasis kemasan inovatif. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 4(3), 2312-2317.
- Setiyowati, D., Wulandari, D. I., & Jannah, N. (2022). Pengembangan produk kedelai berbasis kemasan ramah lingkungan untuk UMKM. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 3(4), 1500-1505.
- Sutarti, Anharudin, & Maulana. (2023). Peningkatan kualitas packaging produk UMKM untuk memperkuat branding dan daya saing. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 5(1), 31-42. <https://doi.org/10.36908/akm.v5i1.973>
- 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. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v4i3.1470>
- Wadud, & Fitriani. (2021). Peran kemasan dalam promosi dan penjualan produk. *Jurnal Marketing dan Branding*, 7(3), 25-35.
- Wijayanti, & Swasti. (2023). Branding dan packaging sebagai elemen strategis penguatan produk UMKM. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(1), 50-60.
- Wulandari, D. I., et al. (2023). Pemberdayaan UMKM serbuk herbal lokal melalui inovasi desain kemasan dan label. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*.

- Yani Hendrayani, & Manihuruk, H. (2020). Desain branding kemasan produk UMKM yang menarik dan ekonomis. *Prosiding SISFOTEK*, 6(1), 194-201. <https://seminar.iaii.or.id/index.php/SISFOTEK/article/view/367>
- Zulkarnain, M. Eng., Muryeti, M.Si., Saeful Imam, M.T., et al. (2022). Pengembangan kemasan berbasis Kansei Engineering untuk UMKM. *Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 101-110.