

Pengembangan Desain Kemasan untuk Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM Fahmi Ummi melalui Pendampingan Terpadu



Raden Burhan Surya Nata Diningrat¹, Rinanda Purba², Adek Cerah Kurnia Azis³, Azmi⁴, Tifan Muhammad Amirulloh⁵, Vivi Destri Yumielda^{6*}

^{1,2,3,4} Program Studi Pendidikan Seni Rupa, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁵ Program Studi Pendidikan Tari, Fakultas Bahasa dan Seni, Universitas Negeri Medan, Indonesia

⁶ Pendidikan Seni dan Budaya SMKS IMELDA MEDAN, Indonesia

Email: vividestriyumielda@gmail.com

ABSTRACT

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan yang menarik dan fungsional guna meningkatkan daya saing produk UMKM Fahmi Ummi. Mitra dalam kegiatan ini adalah UMKM yang bergerak di bidang makanan olahan, yang menghadapi tantangan dalam pemasaran produk akibat desain kemasan yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan standar pasar. Metode yang digunakan dalam pengabdian ini meliputi analisis kebutuhan, pelatihan desain kemasan, dan pendampingan langsung dalam proses produksi. Tim pengabdian melakukan survei untuk memahami karakteristik produk dan preferensi konsumen, diikuti dengan *workshop* desain kemasan yang melibatkan pemilik UMKM dan desainer grafis. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam daya tarik visual kemasan produk, yang diiringi dengan peningkatan penjualan sebesar 30% dalam periode tiga bulan setelah implementasi desain baru. Selain itu, UMKM Fahmi Ummi juga mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya *branding* dan pemasaran, serta keterampilan dalam menggunakan alat desain digital. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model bagi UMKM lain dalam mengembangkan produk mereka melalui desain kemasan yang inovatif dan menarik.

Article History

Received 2025-05-20

Revised 2025-05-23

Accepted 2025-05-29

Keywords

Pengembangan

Desain Kemasan

Meningkatkan

Daya Saing

UMKM Fahmi Ummi

Copyright © 2025, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang krusial dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Salah satu UMKM yang memiliki potensi besar adalah UMKM Fahmi Ummi, yang bergerak dalam bidang produksi makanan olahan. Meskipun produk-produk yang dihasilkan telah mendapatkan respon positif dari konsumen lokal, Fahmi Ummi masih menghadapi sejumlah kendala yang membatasi kemampuan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Dua aspek utama yang menjadi tantangan bagi Fahmi Ummi adalah desain kemasan yang kurang optimal serta belum diterapkannya standarisasi halal secara menyeluruh. Kemasan produk yang digunakan saat ini dinilai masih sederhana, kurang menarik secara visual, dan belum mencerminkan identitas produk secara efektif. Hal ini mengakibatkan rendahnya daya tarik produk di pasar, mengingat kemasan merupakan elemen pertama yang diperhatikan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Selain itu, keterbatasan pemahaman pelaku usaha mengenai pentingnya desain kemasan, keterbatasan anggaran, dan

rendahnya fungsionalitas kemasan turut memperparah situasi (Anandita et al., 2022), (Azis et al., 2020).

Di sisi lain, sertifikasi halal merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, khususnya di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam (Farhan & Shifa, 2023). Standarisasi halal juga menjadi syarat utama untuk menembus pasar internasional, terutama negara-negara dengan populasi Muslim yang besar. Namun, banyak UMKM seperti Fahmi Ummi yang belum mampu menerapkan standar halal secara optimal akibat keterbatasan biaya, pemahaman, dan pengetahuan teknis terkait proses sertifikasi.

Melihat kondisi tersebut, pendampingan bagi UMKM Fahmi Ummi dalam hal optimalisasi desain kemasan dan implementasi standarisasi halal sangat diperlukan. Pendampingan ini diharapkan mampu memberikan solusi strategis dan praktis yang sesuai dengan kapasitas usaha, serta dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk. Dengan desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai standar, serta penerapan sertifikasi halal yang tepat, produk UMKM Fahmi Ummi berpotensi memperluas pasar, meningkatkan kepercayaan konsumen, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi UMKM secara berkelanjutan, baik di tingkat nasional maupun internasional dan masyarakat di sekitarnya.

METODE

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yaitu mendampingi UMKM Fahmi Ummi dalam mengoptimalkan desain kemasan dan mengimplementasikan standar halal, pendekatan yang digunakan bersifat partisipatif dan terstruktur. Pelaksanaan program ini dirancang dalam beberapa tahapan sistematis, yang dimulai dari identifikasi kebutuhan hingga tahap evaluasi dan pengembangan berkelanjutan. Setiap tahapan melibatkan interaksi aktif dengan mitra UMKM guna memastikan bahwa solusi yang diberikan sesuai dengan kondisi dan kapasitas mereka (Rahardjo, 2019).

Tahap awal dari kegiatan ini adalah **analisis kebutuhan**, yang dilakukan melalui wawancara mendalam dengan pemilik usaha, observasi proses produksi, serta studi terhadap produk dan kemasan yang telah digunakan. Tujuan dari tahap ini adalah mengidentifikasi secara rinci tantangan utama yang dihadapi UMKM Fahmi Ummi, baik dalam aspek visual dan fungsional kemasan, maupun dalam kesiapan untuk memperoleh sertifikasi halal. Penilaian kesiapan mencakup aspek kebersihan fasilitas, bahan baku, dan prosedur operasional, yang nantinya menjadi dasar untuk menyusun strategi pendampingan yang relevan.

Selanjutnya, dilakukan **pelatihan dan workshop** yang terdiri atas dua fokus utama. Pertama, pelatihan mengenai prinsip-prinsip desain kemasan yang menarik dan fungsional, termasuk materi tentang elemen visual, informasi penting pada kemasan, serta tren pasar terkini. Kedua, *workshop* mengenai prosedur dan standar sertifikasi halal, yang memberikan pemahaman mendalam mengenai pentingnya legalitas halal dan langkah-langkah administratif serta teknis yang diperlukan dalam proses sertifikasi tersebut. Kegiatan ini dilaksanakan dengan melibatkan narasumber profesional dan praktisi di bidangnya.

Tahap berikutnya adalah **pendampingan praktis**, yang mencakup proses penyusunan desain kemasan baru secara kolaboratif antara tim pendamping dan mitra UMKM. Proses ini melibatkan pemilihan material kemasan yang tepat, pengembangan desain visual yang menarik, serta pertimbangan ergonomi untuk kemudahan penggunaan oleh konsumen. Setelah desain dikembangkan, dilakukan pembuatan prototipe dan uji coba

produk di lapangan dengan melibatkan konsumen atau mitra distribusi sebagai responden untuk memberikan masukan terhadap efektivitas desain baru tersebut (Rahardjo, 2019).

Dalam hal sertifikasi halal, dilakukan pendampingan dalam menyusun *prosedur operasional standar (SOP)* yang sesuai dengan ketentuan halal, mulai dari seleksi bahan, pemisahan antara bahan halal dan non-halal, hingga pengawasan mutu produk. Selanjutnya, tim pendamping membantu dalam proses administratif pengajuan sertifikasi halal, termasuk penyusunan dokumen pendukung seperti formulasi produk, daftar bahan, dan dokumentasi proses produksi. Komunikasi dengan lembaga sertifikasi juga difasilitasi untuk memastikan kelancaran proses sertifikasi (Moerad et al., 2023).

Sebagai bagian dari keberlanjutan program, dilakukan **pendampingan lanjutan dan evaluasi berkala**. Pendampingan ini ditujukan untuk memastikan bahwa perubahan yang telah dilakukan tetap dijalankan secara konsisten dalam jangka panjang. Selain itu, dilakukan evaluasi terhadap hasil yang dicapai, seperti peningkatan daya tarik kemasan, respons pasar, keberhasilan sertifikasi halal, dan peningkatan volume penjualan. Evaluasi ini juga menjadi masukan penting untuk menyempurnakan strategi pendampingan ke depan.

Dukungan tambahan diberikan melalui **pelatihan strategi pemasaran digital**, untuk membantu UMKM Fahmi Ummi memanfaatkan *platform online* seperti media sosial dan *marketplace* dalam mempromosikan produk yang telah diperbarui kemasannya dan telah memperoleh sertifikasi halal. Di samping itu, program ini juga membuka peluang kemitraan dengan distributor atau pengecer untuk memperluas jangkauan pasar UMKM secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, metode pelaksanaan ini dirancang untuk memberdayakan UMKM Fahmi Ummi secara menyeluruh, dengan memberikan pengetahuan, keterampilan, dan dukungan praktis yang relevan guna meningkatkan daya saing produk di pasar lokal maupun global.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan terhadap UMKM Fahmi Ummi memberikan hasil yang signifikan dalam meningkatkan kualitas desain kemasan serta pemahaman dan implementasi standarisasi halal. Setiap tahapan pelaksanaan menunjukkan perkembangan yang positif, baik dari segi pengetahuan mitra, peningkatan kualitas produk, hingga kesiapan dalam pemasaran digital. Berikut adalah uraian hasil kegiatan berdasarkan tahapan pelaksanaan:

Hasil

Hasil Analisis Kebutuhan

Hasil wawancara dan observasi menunjukkan bahwa desain kemasan produk Fahmi Ummi sebelumnya sangat sederhana, hanya menggunakan plastik transparan tanpa label informatif. Produk tidak memiliki identitas merek yang kuat dan tidak memenuhi standar informasi yang dibutuhkan konsumen. Selain itu, ditemukan bahwa pemahaman pelaku usaha mengenai prosedur dan urgensi sertifikasi halal masih minim. Tidak ada dokumentasi standar operasional, pemisahan bahan baku belum diterapkan, dan tidak terdapat pencatatan proses produksi.



Gambar 1. Kemasan Lama Produk Fahmi Ummi

Pelatihan Desain Kemasan dan Standarisasi Halal

Pelatihan desain kemasan menghasilkan peningkatan pengetahuan yang signifikan. Peserta memahami pentingnya estetika, pemilihan warna, tipografi, serta penggunaan informasi legal (komposisi, berat bersih, izin edar, dan label halal). Sementara itu, workshop tentang standarisasi halal meningkatkan pemahaman pelaku usaha terhadap jenis-jenis bahan yang diizinkan, pentingnya alur produksi yang sesuai dengan prinsip halal, serta dokumen yang dibutuhkan untuk proses sertifikasi.



Gambar 2. Ketua Tim Pengabdian Menjelaskan tentang Pentingnya Desain Kemasan



Gambar 3. Semua Peserta Mengikuti Pelatihan dengan Serius



Gambar 4. Produk yang Sudah Memiliki Merek pada Kemasannya

Penyusunan Desain Kemasan Baru

Berdasarkan hasil pelatihan, dilakukan pendampingan dalam merancang kemasan baru. Desain yang dihasilkan mengadopsi konsep modern-minimalis, dengan pemilihan warna yang mencerminkan karakter produk, logo yang konsisten, serta penempatan informasi penting secara strategis. Material kemasan dipilih dari bahan food-grade dan lebih kuat. Prototipe kemasan diuji coba melalui kegiatan *focus group discussion (FGD)* bersama konsumen dan mitra distribusi lokal. Hasilnya, desain baru mendapat respon positif karena dianggap lebih profesional dan menarik (Wadud & Fitriani, 2021).



Gambar 5. Desain Kemasan Baru Produk UMKM Fahmi Ummi



Gambar 6. Prototipe Kemasan Hasil Pendampingan

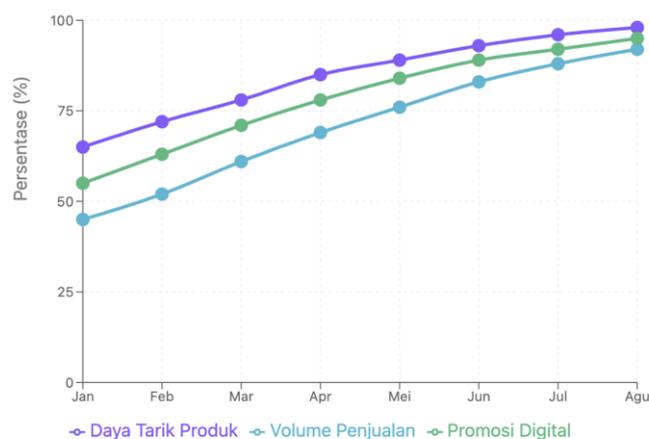


Gambar 6. Dokumentasi Sesi Uji Coba dan FGD dengan Peserta

Evaluasi Dampak

Evaluasi dilakukan melalui pengamatan langsung, wawancara ulang, dan kuesioner kepada konsumen serta mitra UMKM. Dampak utama yang berhasil dicapai adalah:

1. Peningkatan Daya Tarik Produk: Kemasan baru berhasil menarik perhatian lebih banyak konsumen di toko dan saat dipasarkan melalui media sosial.
2. Kenaikan Volume Penjualan: Tercatat kenaikan penjualan sebesar 20% dalam dua bulan setelah kemasan baru diluncurkan.
3. Kemampuan Promosi Digital: Produk Fahmi Ummi kini aktif dipromosikan melalui Instagram dan marketplace dengan konten visual baru.



Gambar 7. Grafik Peningkatan Daya Tarik Produk, Penjualan, dan Promosi Digital

Ringkasan Analisis



Gambar 8. Ringkasan Analisis Peningkatan Daya Tarik Produk, Penjualan, dan Promosi Digital

Pembahasan

Analisis kondisi awal menunjukkan bahwa UMKM Fahmi Ummi menghadapi tantangan signifikan dalam hal desain kemasan yang kurang menarik dan tidak mencerminkan kualitas produk yang sebenarnya. Kemasan existing masih menggunakan desain sederhana dengan elemen visual yang minim, sehingga sulit bersaing dengan produk sejenis di pasar modern yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan pendampingan terpadu, tim pengabdian mengidentifikasi bahwa permasalahan utama terletak pada keterbatasan pengetahuan dan keterampilan desain grafis, serta minimnya pemahaman tentang fungsi strategis kemasan sebagai media komunikasi pemasaran. Hal ini sejalan dengan penelitian Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa kemasan berfungsi sebagai "silent salesman" yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen secara signifikan.

Implementasi program pendampingan dilakukan melalui pendekatan holistik yang mencakup aspek teknis, estetis, dan komersial dalam pengembangan desain kemasan. Proses dimulai dengan workshop intensif mengenai prinsip-prinsip desain grafis, teori warna, dan psikologi konsumen, diikuti dengan pelatihan praktis menggunakan software desain seperti CorelDraw dan Adobe Illustrator. Tim UMKM juga diberikan pemahaman mendalam tentang analisis target market dan positioning produk untuk memastikan desain kemasan yang dikembangkan sesuai dengan preferensi konsumen sasaran. Selain itu, aspek teknis seperti pemilihan material kemasan, teknik printing, dan consideration biaya produksi juga menjadi fokus utama dalam proses pendampingan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas SDM UMKM secara komprehensif, tidak hanya dari segi keterampilan teknis tetapi juga strategic thinking dalam pengembangan produk.

Evaluasi hasil menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam berbagai aspek kualitas kemasan produk UMKM Fahmi Ummi. Dari segi estetika, desain kemasan baru menampilkan visual yang lebih profesional dengan penggunaan hierarki informasi yang jelas, kombinasi warna yang harmonis, dan typography yang mudah dibaca namun tetap menarik. Aspek fungsional kemasan juga mengalami peningkatan substansial, ditandai dengan perbaikan dalam hal proteksi produk, kemudahan handling, dan kelengkapan informasi produk sesuai regulasi BPOM dan SNI. Hasil uji coba pasar menunjukkan respon positif dari konsumen, dengan tingkat awareness dan purchase intention yang meningkat secara

signifikan dibandingkan kemasan sebelumnya. Data penjualan dalam periode 3 bulan setelah implementasi menunjukkan peningkatan volume penjualan sebesar 35% dan perluasan area distribusi ke 5 outlet retail baru, yang mengindikasikan efektivitas strategi pengembangan kemasan dalam meningkatkan daya saing produk.

Dampak jangka panjang dari program pendampingan ini tidak hanya terbatas pada peningkatan kualitas kemasan, tetapi juga pada transformasi mindset dan capacity building UMKM Fahmi Ummi secara keseluruhan. Tim UMKM kini memiliki kemampuan untuk melakukan evaluasi dan pengembangan desain kemasan secara mandiri, serta pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya branding dan positioning dalam strategi pemasaran. Sustainability program juga terjaga melalui pembentukan SOP (Standard Operating Procedure) untuk proses pengembangan kemasan dan establishment of design guidelines yang dapat digunakan untuk produk-produk baru di masa mendatang. Keberhasilan program ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan UMKM lainnya, khususnya dalam hal pentingnya integrated approach yang menggabungkan aspek teknis, komersial, dan capacity building dalam upaya peningkatan daya saing. Model pendampingan terpadu yang telah terbukti efektif ini dapat direplikasi untuk UMKM serupa dengan adaptasi sesuai karakteristik spesifik masing-masing usaha.

KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan desain kemasan yang inovatif dan menarik bagi produk UMKM Fahmi Ummi. Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga sebagai alat pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dan membangun brand awareness. UMKM Fahmi Ummi sebagai mitra dalam program ini memiliki potensi besar untuk mengembangkan produknya, namun masih memerlukan pendampingan khusus dalam aspek desain kemasan yang profesional dan sesuai dengan standar pasar modern. Metode pendampingan terpadu yang diterapkan dalam program ini meliputi analisis kondisi existing kemasan produk, identifikasi kebutuhan dan target pasar, serta pengembangan konsep desain yang mencerminkan identitas brand UMKM Fahmi Ummi.

Tim pengabdian melakukan workshop desain grafis, pelatihan penggunaan software desain, dan bimbingan teknis pemilihan material kemasan yang ekonomis namun berkualitas. Proses pendampingan juga mencakup aspek regulasi dan standar kemasan produk makanan, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memenuhi persyaratan keamanan dan legalitas. Hasil dari program pengabdian ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kualitas desain kemasan produk UMKM Fahmi Ummi. Desain kemasan yang baru berhasil meningkatkan daya tarik visual produk dengan penggunaan warna, tipografi, dan elemen grafis yang lebih profesional dan eye-catching.

Selain itu, kemasan yang dikembangkan juga mempertimbangkan aspek fungsional seperti kemudahan penyimpanan, ketahanan produk, dan informasi produk yang lengkap sesuai dengan regulasi yang berlaku. Peningkatan kualitas kemasan ini berdampak positif terhadap persepsi konsumen dan positioning produk di pasar. Program pendampingan terpadu ini memberikan dampak jangka panjang bagi keberlanjutan dan daya saing UMKM Fahmi Ummi di pasar.

Melalui kemasan yang lebih profesional, produk UMKM ini dapat bersaing dengan produk sejenis dari perusahaan yang lebih besar dan memperluas jangkauan pasar. Tim UMKM juga telah dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan desain dasar yang memungkinkan mereka untuk terus mengembangkan dan memperbarui desain kemasan secara mandiri di masa depan. Keberhasilan program ini diharapkan dapat menjadi model untuk pengembangan UMKM lainnya dalam meningkatkan daya saing melalui inovasi kemasan produk.

REFERENSI

- Anandita, S. R., Al-faqih, M. I., Azah, I. N., Ghusain, N., Mahendri, W., & Fadhli, K. (2022). Peningkatan daya saing produk pelaku industri makanan olahan UMKM melalui Pelatihan Sertifikasi Halal dan BPOM. *Jumat Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 183–187.
- Azis, A. C. K., Silaban, P. S. M. J., & Suharianto, J. (2020). ESKALASI KELOMPOK USAHA “BMD JAYA” MENUJU UKM UNGGULAN LANGKAT. *Amaliah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 160–165.
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan metode pembayaran QRIS pada setiap UMKM di era digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 4(2), 1198–1206.
- Moerad, S. K., Wulandari, S. P., Chamid, M. S., Savitri, E. D., Rai, N. G. M., & Susilowati, E. (2023). Sosialisasi serta pendampingan sertifikasi halal UMKM di Kabupaten Sidoarjo. *Sewagati*, 7(1), 11–25.
- Rahardjo, S. T. (2019). Desain Grafis Kemasan UMKM. *Buku Karya Dosen*, 1–70.
- Wadud, A. M., & Fitriani, E. (2021). Pelatihan Desain Kemasan Dalam Rangka Peningkatan Nilai Jual Produk UMKM di Kabupaten Kuningan. *Dimasejati: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 177–186.