

**ASSISTANCE AND TRAINING IN CREATING PACKAGING DESIGN TO
INCREASE PRODUCT SALES**

**PENDAMPINGAN DAN PELATIHAN DESAIN KEMASAN UNTUK
MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM**

Rudi Santoso*¹, Darwin Yuwono Riyanto^{1,2}

^{*1} Program Studi S1 Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dinamika

² Program Studi Desain Produk, Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas
Dinamika

*e-mail: rudis@dinamika.ac.id¹

Abstract

This activity is to assist New Entrepreneurial MSMEs entering Semester 2 under the auspices of the Sidoarjo Regency Cooperatives and UMKM (Dinkop & UMKM) Service. Training uses the Technical Guidance (Bimtek) model for 5 (five) days. Participants consisted of 100 WUBs throughout Sidoarjo Regency who were engaged in the Food and Beverage (F&B) sector. The method used in this technical guidance uses 5 (five) stages consisting of user research, prototype design, design trials, packaging design and cost efficiency, as well as implementation and evaluation. The indicator for the success of this activity uses before and after measurements using a scale of 0–100 percent. Technical guidance participants are given tests before and after training to determine their progress in absorbing the material. The results of the Technical Guidance evaluation show an average increase in participant competency of 40% starting from user research to design implementation. Based on the results of the learning evaluation and participant enthusiasm, this activity can be continued with further Technical Guidance to strengthen the competence of business actors who are members of WUB under the auspices of Dinkop & UMKM. Apart from that, the reach of participants can be widened to the entire East Java region.

Keywords: Design; Packaging; Sales; UMKM.

Abstrak

Kegiatan ini adalah pendampingan UMKM Wirausaha Baru masuk Semester 2 di bawah naungan Dinas Koperasi dan UMKM (Dinkop & UMKM) Kabupaten Sidoarjo. Pelatihan menggunakan model Bimbingan Teknis (Bimtek) selama 5 (lima) hari. Peserta terdiri atas 100 WUB seluruh Kabupaten Sidoarjo yang bergerak di sektor Makanan dan Minuman (Mamin). Metode yang digunakan dalam bimbingan teknis ini menggunakan 5 (lima) tahapan yang terdiri atas riset pengguna, desain prototype, uji coba desain, desain kemasandan efisiensi biaya, serta Penerapan dan evaluasi. Indikator keberhasilan kegiatan ini menggunakan pengukuran before and after dengan menggunakan skala 0–100 persen. Peserta bimbingan teknis diberikan tes sebelum dan sesudah pelatihan untuk mengetahui progress penyerapan materi. Hasil evaluasi Bimbingan Teknis menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta rerata sebesar 40% mulai dari riset pengguna sampai dengan penerapan desain. Berdasarkan hasil evaluasi belajar dan antusiasme peserta, maka kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan Bimbingan Teknis lanjutan untuk memperkuat kompetensi pelaku usaha yang tergabung dalam WUB di bawah naungan Dinkop & UMKM. Selain itu, jangkauan peserta bisa diperlebar untuk seluruh wilayah Jawa Timur.

Received 15 August 2023; Received in revised form 4 September 2023; Accepted 5 September 2023; Available online 10 September 2023.

 [10.20473/jlm.v7i3.2023.429-447](https://doi.org/10.20473/jlm.v7i3.2023.429-447)



Copyright: © by the author(s) Open access under CC BY-SA license

[Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Kata kunci: *Desain; Kemasan; Sales; UMKM.*

PENDAHULUAN

Industri mikro, kecil, dan menengah menjadi motor penggerak ekonomi mikro di Indonesia. Penyerapan produk UMKM sempat mengalami pasang surut selama masa pandemi. Penelitian (Santoso, 2020) mengungkapkan untuk mempertahankan bisnis pada masa sulit salah satunya adalah menggunakan strategi *digital marketing*. Lebih jauh, (Mohebbi, 2014) menemukan fakta bahwa salah satu sukses branding UMKM dalam meningkatkan penjualan adalah melalui seni dalam desain kemasan. Desain kemasan menjadi *point of interest* dalam setiap produk yang dijual. Penelitian yang dilakukan (Qayyum et al., 2022) menggarisbawahi bahwa desain kemasan yang baik ditunjang dengan memasukkan isu lingkungan di dalamnya, mampu menguatkan ekuitas merek.

Industri UMKM juga mengalami pertumbuhan positif dalam waktu 3 (tiga) tahun terakhir ini. Kajian (Cueto et al., 2022; Pan et al., 2021; Sutrisno, 2020) mengungkapkan bahwa bisnis UMKM pasca pandemi mengalami banyak perubahan baik dari sisi strategi penjualan maupun bertahan. Mereka pernah mengalami masa sulit masa pandemi, kemudian bangkit dengan strategi baru (Santoso, Fianto, et al., 2020). Selain menggunakan strategi baru dalam penjualan, ada pula yang melakukan perubahan dari sisi fisik produk (Santoso, Erstiawan, et al., 2020). Salah satu yang paling sering dilakukan adalah melakukan ubahan kemasan produk. Ubahan kemasan produk ini pada dasarnya untuk menguatkan merek produk sekaligus untuk menarik perhatian calon pembeli. Kajian (Alhamdi, 2020) mengungkapkan adanya fenomena bahwa perubahan kemasan produk juga dapat mengubah perilaku konsumen dalam membeli barang tersebut. Konsumen akan lebih percaya kepada produk yang dikemas dengan baik dan terlihat seperti barang mahal. Penelitian (Ahmad et al., 2022; Malešević & Stančić, 2021; Zhang & Yang, 2021) mengungkapkan fakta bahwa sebagian besar konsumen akan lebih memilih produk yang dikemas dengan baik dan terlihat profesional dibandingkan dengan produk generik. Lebih lanjut, (Hickey, 2019) menegaskan kembali bahwa produk yang dikemas lebih baik akan terlihat lebih higienis di mata pelanggan.

Beberapa tahun terakhir, industri kemasan masih menjadi penggerak peningkatan penjualan. Produk yang dikemas dengan lebih baik akan memperkuat posisi tawar (Benaissa & Kobayashi, 2023). Kemasan produk juga digunakan sebagai pembeda dari produk serupa. Bahkan kajian (Wandosell et al., 2021) mengungkapkan fakta jika perlu dengan membuat kemasan produk yang baik memberikan kesan produk satu-satunya yang ada. Hal ini semakin membuat pelaku usaha khususnya UMKM terus berupaya untuk membuat desain kemasan menarik yang dapat membantu memenuhi kebutuhan pengguna (Ceschin & Gaziulusoy, 2016). Desain kemasan memerlukan proses pengamatan agar desainer menemukan masalah atau kebutuhan apa dalam sudut pandang konsumen/pasar (Mujayana & Santoso, 2022; Nazulfa & Santoso, 2023). Pengamatan ini meliputi keinginan, apa yang dibutuhkan, kebiasaan, dan tabiat pengguna. Proses tersebut dilakukan pada dasarnya untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Kajian (Na & Kim, 2022) juga menguatkan pendapat bahwa dengan proses pengamatan yang baik dan benar, maka desain kemasan dapat menjadi solusi masalah yang dihadapi konsumenn terkait dengan produk yang akan dibeli.

Namun dalam praktiknya, kemampuan dalam memilih atau mendesain kemasan tidak dimiliki oleh semua pelaku UMKM. Padahal kemampuan dalam merancang desain

kemasan menurut kajian (Ceschin & Gaziulusoy, 2016; Vellina & Nugroho, 2020) bagi pelaku usaha dapat meningkatkan daya saing produk. Fakta yang terjadi di lapangan adalah mereka lebih mempercayakan desain kemasan kepada pihak kedua (percetakan) yang sama sekali tidak atau belum memahami kondisi produk maupun konsumen. Sehingga, hal ini menimbulkan persepsi yang berbeda antara pemilik usaha dan desainer kemasan (Azman et al., 2021). Akibatnya, ada gap antara harapan pelaku UMKM yang ingin memiliki kemasan yang baik dengan hasil kemasan produk yang didapatkan. Pelatihan ini semakin *urgent* dilakukan mengingat dari 100 (seratus) pelaku UMKM Makanan dan Minuman di Kabupaten Sidoarjo di bawah naungan Dinas Koperasi dan UMKM belum memiliki kemampuan dalam mendesain kemasan. Lebih lanjut, dari 100 pelaku UMKM Makanan dan Minuman tersebut, hanya 30% dari mereka yang mempunyai kemasan produknya.

Berdasarkan analisis situasi di atas, maka pelatihan dan pendampingan UMKM dalam merencanakan dan membuat desain kemasan semakin penting. Hal ini mengingat bahwa desain kemasan produk mampu meningkatkan *branding* produk khususnya produk makanan dan minuman (Mamin) (Rafiah, 2019). Selain itu desain kemasan yang baik juga mampu mendorong keputusan pembelian. Pendampingan ini juga semakin penting dan dibutuhkan ketika Kabupaten Sidoarjo melalui Dinas Koperasi dan UMKM (Dinkop & UMKM) mempunyai tekad menjadikan Kabupaten Sidoarjo sebagai Kabupaten UMKM di tahun 2025. Hal ini juga yang mendorong Kabupaten Sidoarjo melalui Dinkop dan UMKM menggandeng praktisi dan akademisi untuk membuat pelatihan semesteran bagi Wirausaha Baru (WUB). Hal tersebut tidak lain bertujuan untuk meningkatkan kompetensi pelaku usaha yang baru memasuki dunia usaha.

Bimbingan Teknis (Bimtek) ini bertujuan untuk meningkatkan literasi pelaku UMKM sektor Makanan dan Minuman Kabupaten Sidoarjo dalam desain kemasan. Pengetahuan dan kemampuan dasar dalam desain kemasan ini menjadi penting dikuasai karena berdasarkan beberapa kajian dalam latar belakang di atas, dapat meningkatkan intensi penjualan produk. Intensi penjualan tersebut dipengaruhi oleh kemasan yang proper (lebih baik) baik dari sisi kegunaan dan estetika. Bimbingan Teknis (Bimtek) ini juga akan memberikan kontribusi terhadap peningkatan penjualan UMKM. Selain itu, kegiatan ini juga dapat menjadi rujukan atau referensi kegiatan lanjutan untuk sektor yang berbeda.

Wirausaha Baru (WUB) Kabupaten Sidoarjo selalu bertambah tiap satu semester. Pertambahan tersebut terbagi menjadi beberapa sektor. Sektor yang paling banyak adalah dari Makanan dan Minuman (Mamin). Berdasarkan data dari Dinkop dan UMKM, WUB sektor Makanan dan Minuman (Mamin) Kabupaten Sidoarjo yang terdaftar pada dinas tersebut pada Semester 2 berjumlah 110 pelaku UMKM. Dari jumlah tersebut adalah mereka yang baru memasuki dunia usaha, sehingga pengetahuan tentang *branding* dalam bentuk kemasan masih minim. Produk yang mereka jual hanya dikemas dengan sederhana. Walaupun mereka mempunyai kemasan dan label, itupun belum memenuhi standar baku desain kemasan. Pendampingan dan pelatihan desain kemasan ini diikuti oleh 100 (seratus) peserta WUB semester 2 sektor Mamin. Peserta pelatihan adalah pelaku Wira Usaha Baru sektor Mamin di seluruh Kabupaten Sidoarjo.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat ini terbagi menjadi beberapa tahapan diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Metode Pelaksanaan Kegiatan.*

No.	Nama Kegiatan	Indikator Capaian
1.	Analisis Situasi	Menemukan problem di WUB
2.	Koordonasi dengan dinas terkait	Dinkop memahami problem utama pelaku WUB terkait dengan desain kemasan
3.	Pembentukan tim trainer	Terbentuk tim trainer
4.	Pendampingan & Pelatihan	Terlaksana kegiatan pendampingan dan peelatihan peserta WUB semester 1
5.	Evaluasi Kegiatan	Ada laporan evaluasi kegiatan

Berdasarkan Tabel 1, Metode Pelaksanaan Kegiatan di atas berikut ini adalah keterangan dari setiap kegiatan.

Tahap 1 Analisis Situasi:

Pada tahapan ini Lembaga Pengembangan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP3kM) Universitas Dinamika bersama tim dosen melakukan investigasi terhadap WUB. Data peserta WUB Makanan dan Minuman diperoleh dari Dinas Koperasi dan UMKM Sidoarjo. Berdasarkan data tersebut, tim dosen melakukan survei terhadap seluruh anggota UMKM Makanan Minuman yang berjumlah 100 orang tersebut. Kegiatan ini bertujuan untuk menemukan problem yang terjadi di WUB khususnya berkaitan dengan branding produk WUB yang relatif baru. temuan awal dari hasil analisis situasi ini adalah masalah desain kemasan yang masih belum *proper*.

Tahap 2 Koordinasi dengan Dinkop & UMKM:

Setelah menemukan problem yang dihadapi oleh WUB, tim dosen memaparkan hasil kepada Dinkop & UMKM selaku pembina UMKM di wilayah Kabupaten Sidoarjo. Hasil pemaparan kepada Dinkop, maka disepakati untuk memberikan materi pelatihan dan pendampingan desain produk terhadap WUB.

Tahap 3 Pembentukan Tim Trainer:

Tim dosen bersama Dinkop membentuk tim trainer yang mempunyai kompetensi dalam bidang produk desain kemasan untuk prosuk UMKM. Tim trainer in terdiri atas 2 dosen yang mempunyai kompetensi dan keahlian desain.

Tahap 4 Pendampingan dan Pelatihan:

Pada tahapan ini dilakukan pendampingan dan pelatihan desain kemasan produk terhadap WUB. Pelatihan dilakukan selama waktu satu minggu. Sementara itu, pendampingan

pembuatan desain dilakukan selama satu semester sampai dengan masa penerapan desain kemasan.

Tahap 5 Evaluasi Kegiatan:

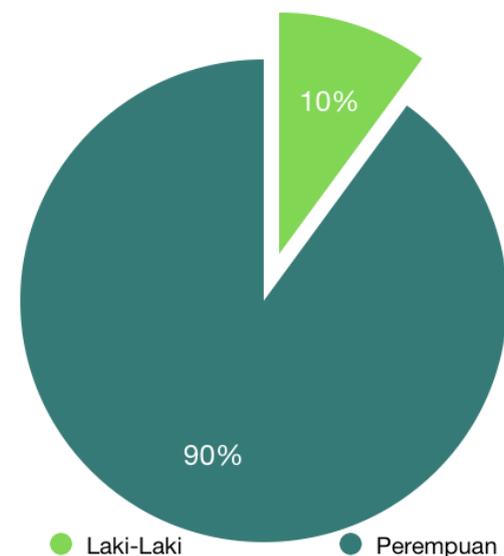
Tahap ini dilakukan setelah WUB membuat dan menerapkan desain kemasan produk UMKM. Indikator capaian menggunakan *Key Performance Indeks* (KPI) dengan memperhatikan komponen atau variabel lainnya. Indikator ketercapaian dalam tahap evaluasi ini adalah keterserapan materi dan meningkatnya literasi peserta terhadap setiap materi dan kegiatan. Maka, untuk mengukurnya perlu dilakukan *pre-test* dan *post-test* setiap materi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pendampingan dan Pelatihan ini mengikuti tahapan seperti yang direncanakan pada Tabel 1 Metode Pelaksanaan Kegiatan di atas.

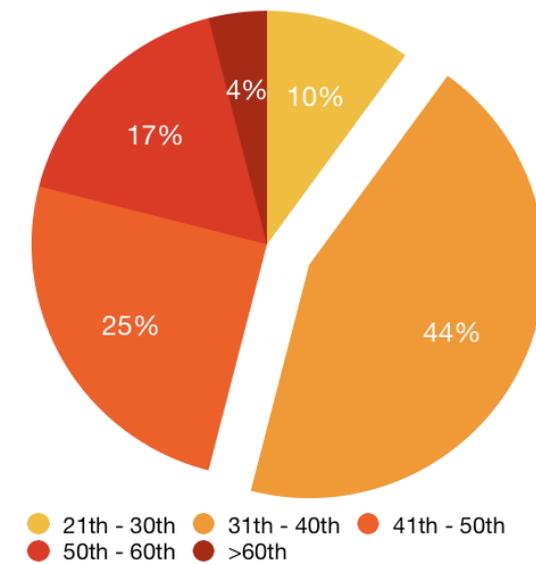
Analisis Situasi

Sasaran kegiatan ini adalah WUB mamin Kabupaten Sidoarjo di bawah naungan Dinkop & UMKM. Total peserta kegiatan sejumlah 100 peserta tersebut adalah mereka para WUB yang baru bergabung dalam naungan Dinkop & UMKM. Sehingga peserta ini adalah WUB Semester 2.



Gambar 1. *Demografi Gender Peserta.*

Berdasarkan Gambar 1 di atas, menunjukkan bahwa peserta Bimtek WUB Semester 2 ini 90% ada kaum wanita. Hal ini menunjukkan bahwa tren WUB di Kabupaten Sidoarjo didominasi oleh kaum hawa. Sementara itu, dari sisi usia, peserta Bimtek WUB ini beragam. Rentang usia peserta Bimtek mulai dari usia 24 sampai dengan 60 tahun.



Gambar 2. Rentang Usia Peserta WUB.

Berdasarkan Gambar 2, pemilik WUB sebagian besar adalah mereka yang berusia 31 sampai dengan 40 tahun. Usia-usia ini adalah usia matang untuk melakukan usaha. Sementara itu, posisi terbanyak kedua ditempati rentang usia 41 sampai dengan 50 tahun. Rentang usia tersebut mengalami peningkatan dibandingkan 3 tahun sebelumnya. Hal ini sebagai dampak pandemi yang menyebabkan orang kehilangan pekerjaan dan akhirnya menjadi wirausaha. Rentang usia 51 sampai dengan 60 tahun sebanyak 17% sedangkan Gen Z atau mereka yang kini berusia 21–30 tahun hanya 10% dari total WUB.

Hasil diskusi bersama kelompok WUB ini mendapatkan fakta bahwa mereka mengalami kesulitan dalam memasarkan atau masuk ke pasar kelas menengah karena kemasan yang digunakan kurang proper. Masalah desain kemasan juga disebabkan karena peserta WUB masih relatif baru dalam dunia usaha. Selain itu, mereka tidak mempunyai pengetahuan tentang desain kemasan baik dari sisi kegunaan maupun estetika. Berikut ini adalah tabel hasil diskusi dan temuan tahap analisis situasi.

Tabel 2. Temuan Tahap Analisis Situasi.

Nama Kelompok	Fakta dan Data	Rencana Solusi
Makanan dan Minuman	Kesulitan memasarkan produk	Memberikan <i>added value</i>
	Produk tidak bisa bersaing karena kemasan tidak <i>proper</i>	Membuat desain kemasan yang <i>proper</i>
	WUB masih baru memasuki dunia usaha	Mengikuti Bimbingan Teknis
	Tidak mempunyai pengetahuan tentang kemasan	Menggikuti bimbingan teknis

Membutuhkan desain kemasan	Membuat desain kemasan yang proer baik dari sisi kegunaan dan estetika
----------------------------	--

Koordinasi dengan dinas terkait

Fase kegiatan ini adalah memaparkan hasil analisis situasi kepada Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. Pemaparan tersebut terkait dengan temuan problem yang dihadapi oleh peserta WUB. Pemaparan ini juga menegaskan kembali masalah keterserapan produk UMKM dari WUB yang dipengaruhi oleh desain kemasan. Hal tersebut yang mendorong Dinkop & UMKM bersama tim dosen untuk merancang pelatihan dan pendampingan desain kemasan untuk produk WUB.



Gambar 3. *Pemaparan Hasil Analisis.*

Beberapa hal hasil koordinasi dengan Dinas Koperasi dan UMKM adalah sebagai berikut:

Tabel 3. *Fakta Hasil Analisis Situasi.*

Nama Kegiatan	Kebutuhan	Rencana Solusi
Pemaparan Hasil Analiss Situasi	Memberikan <i>added value</i>	Pelatihan konsep dasar desain kemasan yang baik
	WUB membutuhkan desain kemasan yang <i>proper</i>	Pelatihan prinsip desain
	WUB membutuhkan Bimbingan Teknis	Merencanakan kegiatan Bimbingan Teknis
	Butuh pendataan peserta WUB	Pendataan peserta WUB pada semester 2

WUB membutuhkan desain kemasan yang mempunyai estetika	Pelatihan estetika desain
Efisiensi biaya pembuatan desain kemasan	Manajemen biaya dan keuangan dalam produksi kemasan

Berdasarkan Tabel 3 Fakta Hasil Analisis Situasi di atas dapat disimpulkan bahwa pelatihan dan pendampingan WUB ini berfokus pada bagaimana membuat desain kemasan yang mempunyai fungsional dan estetika. Dari sisi fungsi, desain kemasan harus memperhatikan nilai kegunaan kemasan tersebut. Namun di sisi lain, nilai kegunaan juga harus dibarengi dengan nilai estetika. Meskipun dari kajian (Abdillah et al., 2020; Hickey, 2019) mengungkapkan bahwa ada kontradiktif antara nilai kegunaan dan nilai estetika dalam desain. Namun kajian (Najib et al., 2022; Rahardjo & Pramusita, 2016) menggarisbawahi bahwa ada jalan tengah antara nilai kegunaan dan estetika, yaitu dari sisi inovasi yang ditawarkan dari kemasan tersebut. Pelatihan yang akan diberikan pada periode ini adalah model bimbingan teknis selama satu minggu terhadap WUB semester 2.

Pembentukan Tim Trainer

Kegiatan ini berfokus pada pembentukan tim trainer untuk memenuhi kebutuhan Bimtek WUB. Hasil koordinasi dengan Dinkop memutuskan untuk memberikan Bimtek desain kemasan produk UMKM yang membutuhkan kompetensi bidang desain. Selain itu, kompetensi lain yang dibutuhkan adalah penghitungan biaya dalam desain kemasan. Sehingga, kompetensi kedua penghitungan biaya ini adalah tenaga trainer yang mempunyai keahlian di bidang manajemen keuangan. Keahlian ini dibutuhkan untuk membantu WUB untuk melakukan penghitungan dari sisi efisiensi biaya pembuatan desain kemasan.



Gambar 4. *Membentuk Tim Trainer.*

Tabel dibawah ini adalah kebutuhan kompetensi Trainer Bimbingan Teknis WUB Semester 2 Desain Kemasan.

Tabel 4. *Kebutuhan Kompetensi Trainer.*

Nama Kegiatan	Kebutuhan Kegiatan	Solusi
Pembentukan Tim Trainer	Pelatihan konsep dasar desain kemasan yang baik	Kompetensi bidang Desain Kemasan
	Pelatihan prinsip desain	
	Merencanakan kegiatan Bimbingan Teknis	
	Pendataan peserta WUB pada semester 1	
	Pelatihan estetika desain	
	Manajemen biaya dan keuangan dalam produksi kemasan	

Berdasarkan Tabel 4 di atas menunjukkan bahwa ada dua kompetensi tenaga *trainer* yang dibutuhkan dalam kegiatan bimbingan teknis tersebut. Kompetensi pertama adalah desain kemasan, kompetensi kedua adalah manajemen keuangan. Kompetensi manajemen keuangan ini diperlukan untuk mendukung peserta WUB memahami efisiensi biaya dalam pembuatan desain kemasan.

Pendampingan dan Pelatihan (Bimbingan Teknis)

Bimbingan Teknis (Bimtek) ini berlangsung selama satu minggu dengan total 5 (lima) materi yang dibagi tiap hari 1 materi. Materi Bimtek tersebut meliputi 1) Riset Pengguna; 2) Prototype Desain; 3) Uji Coba Desain; 4) Desain Kemasan dan Efisiensi Biaya; dan 5) Penerapan dan Evaluasi. Berikut ini adalah tabel materi kegiatan bimtek

Tabel 5. *Rangkaian Materi Bimtek.*

No.	Materi Kegiatan	Tujuan
1.	Riset Pengguna	Untuk mengetahui faktor pendukung keinginan pelanggan dari sisi desain
2.	Prototype Desain	Mendapatkan prototype desain sesuai kebutuhan pengguna
3.	Uji Coba Desain	Untuk memastikan desain yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan pengguna
4.	Desain Kemasan dan Efisiensi Biaya	Membuat desain sesuai dengan kebutuhan pelanggan dengan prinsip efisiensi biaya
5.	Penerapan dan Evaluasi	Strategi penerapan dan evaluasi

Riset Pengguna

Materi ini menekankan peserta Bimtek WUB untuk mengetahui keinginan pelanggan dari sisi desain kemasan. Informasi tersebut hanya bisa didapatkan dengan jalan melakukan

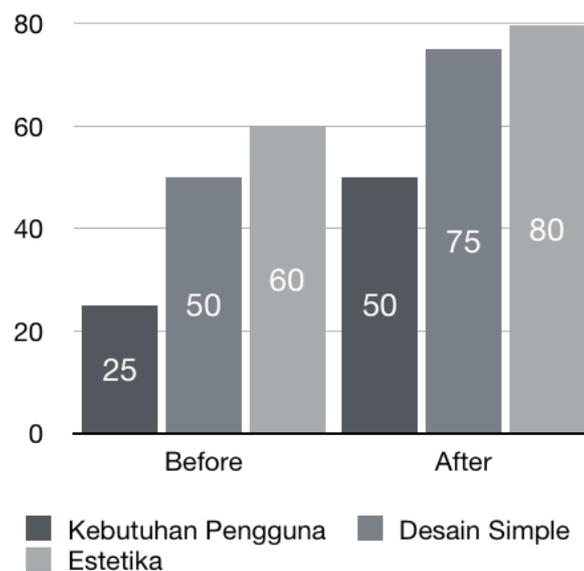
survei. Teknik survei untuk mengetahui keinginan pelanggan tersebut dibutuhkan agar kegiatan survei tepat sasaran.



Gambar 5. *Pelatihan Hari Pertama.*

Riset pengguna ini juga dibutuhkan untuk memutuskan strategi dan model desain kemasan yang paling cocok untuk pelanggan. Hasil riset pengguna ini digunakan sebagai dasar untuk merancang prototype desain kemasan. Hal ini karena riset pengguna menghasilkan tren kebutuhan pelanggan dari sisi desain kemasan.

Materi pertama ini juga sekaligus dilakukan evaluasi materi dengan menggunakan model ketercapaian atau serapan materi terhadap peserta sebelum dan sesudah materi. Berikut ini adalah hasil evaluasi materi pertama.



Gambar 6. *Evaluasi Bimtek Hari Pertama.*

Berdasarkan Gambar 6, menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dasar dari riset pengguna. Sebelum materi diberikan, pemahaman peserta terhadap kebutuhan pengguna masih sangat rendah atau berada di level 25 dari maksimal 100. Hal ini membuktikan bahwa kegagalan keterserapan produk UMKM dari sisi desain karena mereka tidak memahami kebutuhan pengguna. Desain yang dibuat harus simpel dan mempunyai estetika. Kedua materi tersebut sudah dipahami oleh peserta lebih baik dari sebelumnya.

Prototype Desain

Materi ini berkaitan dengan memproduksi prototype desain kemasan. Beberapa hal yang harus diperhatikan adalah desain harus sesuai dengan kebutuhan produk dan pengguna, desain yang simpel namun mempunyai estetika yang mampu menarik perhatian calon pembeli.



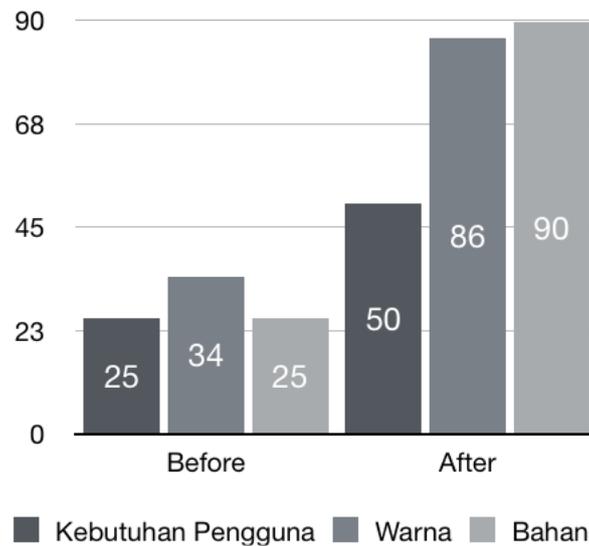
Gambar 7. *Prototype Desain.*

Gambar 7, kemasan perlu memperhatikan 3 (tiga) hal penting yaitu: 1) kebutuhan pengguna; 2) warna; dan 3) bahan. Ketiga hal tersebut tidak bisa dipisahkan. Kebutuhan pengguna mengacu pada riset pengguna agar desain kemasan ini mampu mencuri pasar. Dari sisi warna, desain harus eye catching dan tetap menggunakan prinsip color harmony. Penggunaan prinsip color harmony tersebut bertujuan untuk memenuhi unsur estetika desain. Perhatian ketiga adalah pemilihan bahan, di mana proses ini adalah hal yang paling kritis. Pemilihan bahan kemasan untuk produk makanan dan minuman akan jauh lebih sulit dibandingkan dengan produk non mamin. Hal ini karena untuk menghindari kontaminasi bahan kemasan yang dapat merusak rasa makanan. Bahkan beberapa bahan kemasan tidak dianjurkan untuk digunakan pada produk makanan karena justru akan menimbulkan racun pada makanan.

Penggunaan bahan yang bersahabat dengan makanan dan tidak menimbulkan racun dalam makanan memang menjadi persoalan dari sisi biaya bahan. Namun hal ini dapat diselesaikan dengan strategi pemesanan bahan dalam jumlah besar. Pelaku UMKM Makanan dan Minuman yang membutuhkan bahan tersebut dapat dikoordinir melalui

Dinkop. Dinas Koperasi dan UMKM yang akan memesan kepada vendor dalam jumlah besar sesuai kebutuhan untuk kemudian didistribusikan kepada pelaku usaha.

Materi kedua ini juga diakhiri dengan proses evaluasi dengan metode yang sama yaitu *before and after*. Berikut ini hasil evaluasi materi Bimtek hari kedua.



Gambar 8. *Evaluasi Bimtek Hari Kedua.*

Gambar 8 Evaluasi Bimtek Hari Kedua di atas menunjukkan adanya peningkatan signifikan kemampuan dasar peserta dalam membuat *prototype* desain. Dari tiga materi dasar, peningkatan paling signifikan adalah materi pengetahuan tentang bahan kemasan. Jika sebelumnya peserta bimtek belum literasi tentang bahan kemasan yang berbahaya dan dapat merusak makanan, maka setelah mengikuti materi bimtek hari kedua, peserta telah memahami dan mengetahui bahan-bahan yang berbahaya bagi makanan. Dari sisi komposisi warna, ada peningkatan pengetahuan tentang *color harmony*. *Color harmony* memberikan nuansa warna yang tidak terlalu kontras namun tetap mengedepankan estetika dari sisi warna.

Uji Coba Desain

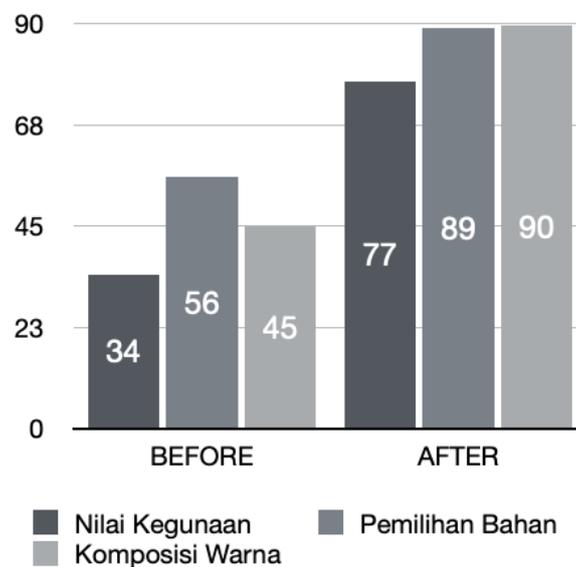
Tahapan ini adalah melakukan uji coba desain kemasan sesuai dengan kebutuhan pelanggan dan produk. Salah satu kunci yang harus diperhatikan adalah memastikan bahwa desain kemasan telah melalui proses desain sesuai dengan kebutuhan, spesifikasi bahan, sampai dengan pemilihan warna. Proses tersebut harus melalui *quality control* yang baku sehingga produk kemasan yang dihasilkan mampu memenuhi kebutuhan.



Gambar 9. Bimtek Hari Ketiga.

Tahapan pengujian desain kemasan tersebut tidak sama seperti uji makanan dengan memberikan tester. Namun pengujian desain kemasan dilakukan dengan melakukan survey kepada pelanggan. Survei ini dilakukan terkait dengan desain kemasan yang baru untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan. Dari *feedback* tersebut digunakan sebagai bahan menentukan keputusan desain kemasan.

Materi ketiga ini diakhir dengan evaluasi serapan materi. Metode yang digunakan masih sama seperti materi sebelumnya yaitu dengan menggunakan *before and after*.



Gambar 10. Evaluasi Bimtek Hari Ketiga.

Gambar 10 Evaluasi Bimtek Hari Ketiga di atas menunjukkan ada peningkatan cukup signifikan dari peserta WUB. Peningkatan paling tinggi adalah dari sisi perubahan komposisi warna. Jika pada saat sebelum materi pengetahuan tentang pemilihan warna

desain masih kurang, maka pada saat setelah materi bimtek sudah mulai ada perubahan yang signifikan. Hasil uji prototype desain yang telah dilakukan menunjukkan adanya *feedback* positif dari pelanggan.

Desain Kemasan dan Efisiensi Biaya

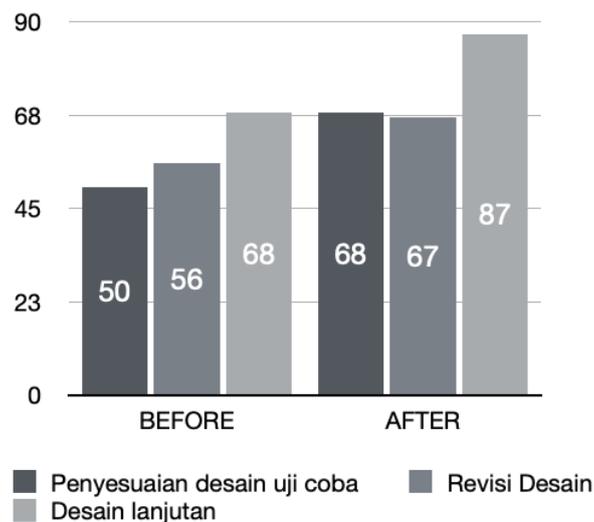
Tahap ini adalah membuat desain kemasan dengan tetap memperhatikan aspek efisiensi biaya. Desain kemasan yang memperhatikan 3 (tiga) aspek dalam kemasan (kegunaan, bahan, dan warna) terkadang memang kontraproduktif dengan efisiensi biaya. Namun bukan berarti desain kemudian tidak bisa dilanjutkan. Beberapa hal yang perlu diperhatikan adalah dalam pemilihan bahan dan warna. Bahan kemasan yang tidak berbahaya untuk makanan memang sedikit mahal. Hal ini dapat diminimalisir dengan optimalisasi proses pembuatan kemasan.



Gambar 11. *Efisiensi Desain Kemasan.*

Solusi biaya yang mahal dari bahan kemasan adalah pemesanan dalam jumlah besar. Pelaku usaha yang tergabung dalam WUB tersebut memesan bahan secara kolektif kepada vendor sehingga lebih murah. Selain itu, pemesanan dalam jumlah besar tersebut juga menjadi standar bahan kemasan produk mamin Kabupaten Sidoarjo yang tergabung dalam WUB.

Seperti materi sebelumnya, pada materi hari keempat ini diakhir dengan evaluasi serapan materi dengan menggunakan metode *before and after*. Berikut ini adalah hasil evaluasi serapan materi hari keempat.



Gambar 12. *Evaluasi Bimtek Hari Keempat.*

Berdasarkan Gambar 12 Evaluasi Bimtek Hari Keempat diatas menunjukkan ada peningkatan yang cukup baik. Peningkatan paling tinggi adalah pada desain lanjutan. Desain lanjutan ini adalah hasil analisis dari *feedback* uji coba desain kemasan. Sementara itu, nilai peningkatan revisi desain tidak terlalu tinggi karena psikologis peserta sudah kelelahan pada saat materi berlangsung.

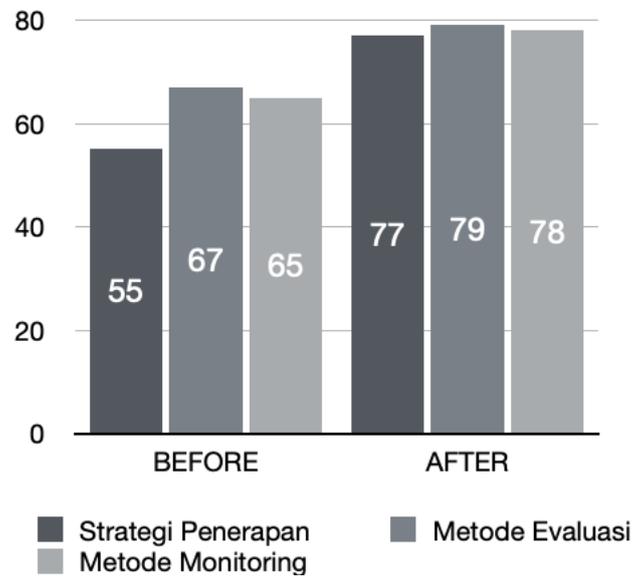
Penerapan dan Evaluasi

Tahap ini adalah tahapan penerapan desai kemasan setelah uji coba dan desain lanjutan. Desain hasil revisi tersebut merupakan desain akhir yang akan diterapkan. Sementara itu penerapan desain dan peluncuran desain terbaru kemasan produk perlu memperhatikan *timing* yang tepat. Maka perlu dilakukan perencanaan peluncuran desain kemasan dalam bentuk strategi *branding*. Hal ini sangat penting mengingat produk UMKM dari WUB memerlukan *branding* agar produk tersebut lebih dikenal oleh calon pelanggan.



Gambar 13. *Bimtek Hari Kelima.*

Strategi penerapan tersebut paling efisien jika menggunakan media sosial sebagai *channel promotion*. Media sosial menjadi *tool* yang paling murah untuk *branding* kemasan baru dengan desain baru. Materi terakhir tersebut ditutup dengan evaluasi keterserapan materi mulai dari awal sampai akhir. Berikut ini adalah hasil evaluasi materi kelima.



Gambar 14. *Evaluasi Bimtek Hari Kelima.*

Gambar 14 menunjukkan ada peningkatan kompetensi meskipun tidak terlalu signifikan jika dibandingkan dengan materi hari pertama. Rerata peningkatan adalah 40% dari kondisi sebelumnya.

PENUTUP

Simpulan. Pendampingan dan pelatihan ini berjenis Bimbingan Teknis (Bimtek) terhadap 100 peserta Wirausaha Baru (WUB) masuk semester 2. Bimtek ini fokus pada pembuatan desain kemasan produk makanan dan minuman (Mamin) produk UMKM. Peserta pelatihan adalah WUB seluruh Kabupaten Sidoarjo di bawah naungan Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Sidoarjo. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan 5 tahapan dirangkai dalam kegiatan Bimbingan Teknis selama 5 (lima) hari. Hasil evaluasi Bimbingan Teknis menunjukkan adanya peningkatan kompetensi peserta rerata sebesar 40% mulai dari riset pengguna sampai dengan penerapan desain. Peningkatan kompetensi tersebut dari segi literasi, perencanaan, penerapan, dan evaluasi desain kemasan.

Saran. Berdasarkan hasil evaluasi belajar dan antusiasme peserta, maka kegiatan ini dapat dilanjutkan dengan Bimbingan Teknis lanjutan untuk memperkuat kompetensi pelaku usaha yang tergabung dalam WUB di bawah naungan Dinkop & UMKM. Selain itu, jangkauan peserta bisa diperlebar untuk seluruh wilayah Jawa Timur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dinas Koperasi dan UMKM (Dinkop) Kabupaten Sidoarjo yang telah memberi dukungan perijinan terhadap pengabdian ini. Penulis juga mengucapkan terimakasih kepada Universitas Dinamika yang memberikan kesempatan kepada tim dosen untuk memberikan sumbangsih kepada teman-teman UMKM yang tergabung dalam WUB Kabupaten Sidoarjo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, A. A., Saputra, E., Sahidu, A. M., & Pujiastuti, D. Y. (2020). Packaging Design and Marketing of Online Seaweed Products in Aeng Dake Village, Bluto District, Sumenep Regency. *Journal of Marine and Coastal Science*, 7(3). <https://doi.org/10.20473/jmcs.v7i3.20738>
- Ahmad, S., Sarwo Utomo, D., Dadhich, P., & Greening, P. (2022). Packaging design, fill rate and road freight decarbonisation: A literature review and a future research agenda. In *Cleaner Logistics and Supply Chain* (Vol. 4). <https://doi.org/10.1016/j.clscn.2022.100066>
- Alhamdi, F. M. (2020). Role of packaging in consumer buying behavior. *Management Science Letters*, 10(6). <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.11.040>
- Azman, M. A., Asyraf, M. R. M., Khalina, A., Petrù, M., Ruzaidi, C. M., Sapuan, S. M., Wan Nik, W. B., Ishak, M. R., Ilyas, R. A., & Suriani, M. J. (2021). Natural fiber reinforced composite material for product design: A short review. In *Polymers* (Vol. 13, Issue 12). <https://doi.org/10.3390/polym13121917>
- Benaissa, B., & Kobayashi, M. (2023). The consumers' response to product design: a narrative review. In *Ergonomics* (Vol. 66, Issue 6). <https://doi.org/10.1080/00140139.2022.2127919>
- Ceschin, F., & Gaziulusoy, I. (2016). Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. *Design Studies*, 47. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2016.09.002>
- Cueto, L. J., Frisnedi, A. F. D., Collera, R. B., Batac, K. I. T., & Agaton, C. B. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions: Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 12(1). <https://doi.org/10.3390/admsci12010008>
- Hickey, T. (2019). What Packaging Designs and Marketing Strategies Are Common to High-End Cosmetic Brands Sold in Stores, Such as Sephora? *Journal of Purdue Undergraduate Research*, 9(1). <https://doi.org/10.5703/1288284316967>
- Maleševic, M., & Stančić, M. (2021). Influence of packaging design parameters on customers' decision-making process. *Journal of Graphic Engineering and Design*, 12(4). <https://doi.org/10.24867/JGED-2021-4-033>
- Mohebbi, B. (2014). The art of packaging: An investigation into the role of color in

packaging, marketing, and branding. *International Journal of Organizational Leadership*, 3(2). <https://doi.org/10.33844/ijol.2014.60248>

Mujayana, M., & Santoso, R. (2022). Media Komunikasi Pemasaran Digital Marketing Produk Umkm Selama Pandemi Covid-19. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 7(1). <https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i1.16200>

Na, H., & Kim, W. (2022). An Empirical Study on the Use of Generative Design on Product Design. *Archives of Design Research*, 35(2). <https://doi.org/10.15187/adr.2022.05.35.2.115>

Najib, M. F., Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, & Neneng Nuryati. (2022). Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1). <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i1.8397>

Nazulfa, I., & Santoso, R. (2023). SOSTAC sebagai Strategi Pemasaran Digital pada Start-Up Picnicker untuk Meningkatkan Merchant. *JMK (Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan)*, 8(1). <https://doi.org/10.32503/jmk.v8i1.3053>

Pan, T., Shu, F., Kitterlin-Lynch, M., & Beckman, E. (2021). Perceptions of cruise travel during the COVID-19 pandemic: Market recovery strategies for cruise businesses in North America. *Tourism Management*, 85, 104275. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104275>

Qayyum, A., Jamil, R. A., & Sehar, A. (2022). Impact of green marketing, greenwashing and green confusion on green brand equity. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*. <https://doi.org/10.1108/SJME-03-2022-0032>

Rafiah, K. K. (2019). Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi UMKM Makanan dan Minuman di Jatinangor. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 2(1), 188–198.

Rahardjo, S. T., & Pramusita, R. D. (2016). Tinjauan Tampilan Visual Desain Kemasan Roti Murni di Yogyakarta. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02). <https://doi.org/10.33633/andharupa.v2i02.1205>

Santoso, R. (2020). Review of Digital Marketing & Business Sustainability of e-Commerce During Pandemic Covid-19 in Indonesia. *Jurnal Ilmu Ekonomi Terapan*, 5(2).

Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>

Santoso, R., Fianto, A. Y. A., & Ardianto, N. (2020). Pemanfaatan Digital Marketing Untuk Pengembangan Bisnis Pada Karang Taruna Permata Alam Permai Gedangan Sidoarjo. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal of Public Services)*, 4(2). <https://doi.org/10.20473/jlm.v4i2.2020.326-338>

- Sutrisno, E. (2020). Post-Pandemic Economic Recovery Strategy Through The MSME's and Tourism Sector. *Jurnal Kajian Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 9(1).
- Vellina, V., & Nugroho, A. (2020). PENGARUH VISUAL KEMASAN PADA PRODUK PRIVATE LABEL MINIMARKET ALFAMART TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN [The Influence of Packaging ' s Visual of Alfamart Minimart Private Label on Buying Decision]. *Jurnal Titik Imaji*, 3.
- Wandosell, G., Parra-Meroño, M. C., Alcayde, A., & Baños, R. (2021). Green packaging from consumer and business perspectives. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 13, Issue 3). <https://doi.org/10.3390/su13031356>
- Zhang, Z., & Yang, Z. (2021). Research on the Correlation Between Marketing and Product Packaging Design. *Proceedings of the 6th International Conference on Financial Innovation and Economic Development (ICFIED 2021)*, 166. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.210319.112>