

Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Produk untuk Meningkatkan Penjualan pada UMKM Desa Gondang Lor Sugio Lomongan

Suherman ^{a,1}, Siti Musarofah ^{b,2*}, Mulidza Nur Fauzi ^{c,3}, Muhammad David ^{c,4}

^a Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, Lmongan 62218, Jawa Timur

^b Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, Lmongan 62218, Jawa Timur

^c Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, Lmongan 62218, Jawa Timur

^d Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan, Lamongan, Lmongan 62218, Jawa Timur

¹ sitimusrarofah2489@gmail.com; ² sitimusrarofah254@gmail.com*; ³ maulidzanurfauzi@gmail.com

* corresponding author: sitimusrarofah254@gmail.com

ARTIKEL INFO

Article history

Received : 16-9-2024

Revised : 21-9-2024

Accepted : 21-9-2024

Keywords

Desain produk

UMKM

Gondang Lor

ABSTRAK

Pelatihan pembuatan desain kemasan produk di Desa Gondang Lor, Sugio, Lamongan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk UMKM. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan ini melibatkan langsung pelaku UMKM dalam proses pembelajaran, memastikan bahwa desain kemasan yang dihasilkan relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tahapan pelatihan yang mencakup teori, praktik, dan bimbingan personal memungkinkan peserta untuk menguasai elemen-elemen dasar desain yang efektif. Selain itu, pendampingan pasca pelatihan dan evaluasi yang terstruktur memberikan dukungan berkelanjutan bagi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan desain kemasan mereka. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan keterampilan baru bagi pelaku UMKM, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk mereka, memperluas pasar, dan memperkuat brand awareness.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



A. Introduction

Desa Gondang Lor, Kecamatan Sugio, Kabupaten Lamongan, dikenal memiliki potensi besar dalam bidang UMKM, terutama di sector komoditas dan olahan bahan makanan. Potensi ini memberikan peluang ekonomi yang baik bagi masyarakat setempat, namun banyak produk yang dihasilkan masih memiliki desain kemasan yang sederhana dan kurang menarik. Desain kemasan yang baik sangat penting dalam memberikan nilai tambah produk UMKM, karena kemasan tidak hanya berfungsi sebagai pelindung, tetapi juga sebagai media komunikasi dan branding yang efektif.

Pengembangan produk dari segi kemasan dan desain merupakan salah satu strategi penting untuk meningkatkan daya saing dan memperluas pasar UMKM di Desa Gondang Lor. Melalui desain kemasan yang menarik, produk local dapat lebih mudah dikenal dan diminati oleh kalangan konsumen yang lebih luas, baik di pasar local maupun regional. Branding yang kuat melalui kemasan juga membantu meningkatkan citra produk, membedakan dengan competitor, serta mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Dalam program pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian berfokus pada memberikan pelatihan dan pengenalan cara branding melalui desain kemasan. Pelatihan ini diharapkan dapat membantu para pelaku UMKM memahami pentingnya kemasan dalam proses pemasaran dan memberikan ketrampilan praktis

dalam menciptakan desain yang lebih profesional, produk-produk UMKM DEsa Gondang Lor diharapkan mampu meningkatkan daya jual dan bersaing lebih baik di pasar yang kompetitif.

B. Literatur Review

Desain kemasan merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran produk, terutama bagi pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam aspek branding dan promosi. Menurut (Kotler & Keller, 2016), desain kemasan yang baik tidak hanya berfungsi sebagai pelindung produk, tetapi juga mampu menjadi sarana komunikasi antara produk dan konsumen. Kemasan yang menarik dan informatif dapat menciptakan persepsi positif terhadap kualitas produk, yang pada akhirnya mendorong keputusan pembelian konsumen. Sebuah studi oleh (Silayoi & Speece, 2020) menegaskan bahwa desain kemasan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku pembelian konsumen, khususnya pada produk makanan dan minuman di sektor UMKM. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas desain kemasan melalui pelatihan dapat membantu UMKM dalam memperkuat daya saing di pasar.

Pelatihan pembuatan desain kemasan memberikan dampak positif pada pengembangan UMKM, terutama dalam hal kreativitas dan inovasi produk. Menurut (Nugraha & Setiawan, 2021), pelatihan desain kemasan dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM tentang elemen visual yang efektif, seperti warna, bentuk, dan font yang sesuai dengan karakteristik produk. Selain itu, pelatihan ini juga membantu pelaku UMKM memahami preferensi konsumen dan tren pasar, sehingga dapat menghasilkan desain kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Penelitian ini juga menemukan bahwa pelatihan desain kemasan meningkatkan kesadaran merek dan mempermudah produk UMKM bersaing dengan merek-merek yang lebih mapan.

Beberapa studi menunjukkan bahwa pelatihan desain kemasan berkontribusi langsung terhadap peningkatan penjualan UMKM. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Trivedi, 2019), UMKM yang mengikuti pelatihan desain kemasan mengalami peningkatan penjualan hingga 25% dalam periode enam bulan. Hal ini disebabkan oleh daya tarik visual dari kemasan yang lebih profesional dan menarik perhatian konsumen. Penelitian oleh (Effendi, Mahfud, & Anwar, 2020) juga mendukung temuan ini, di mana UMKM yang menerima pelatihan mencatatkan peningkatan penjualan berkat kemasan yang lebih komunikatif dan sesuai dengan preferensi konsumen. Dengan demikian, pelatihan desain kemasan tidak hanya meningkatkan estetika produk, tetapi juga membantu pelaku UMKM dalam menciptakan nilai tambah yang lebih besar di pasar.

C. Method

Metode pengabdian ini menggunakan pendekatan partisipatif, di mana terdapat 19 pelaku UMKM di Desa Gondang Lor yang akan dilibatkan secara aktif dalam seluruh rangkaian kegiatan pelatihan. Pendekatan ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap peserta dapat berkontribusi secara langsung dalam proses belajar dan pengambilan keputusan terkait desain kemasan yang akan mereka terapkan pada produk masing-masing. Dengan melibatkan peserta secara langsung, pelatihan akan lebih relevan dengan kebutuhan dan karakteristik produk yang dihasilkan oleh UMKM setempat.

Pelatihan ini akan dilaksanakan dalam beberapa tahapan, sebagai berikut:

1. **Tahap Persiapan:** Pada tahap ini, dilakukan identifikasi kebutuhan pelaku UMKM melalui survei awal terkait pengetahuan dan kemampuan mereka dalam mendesain kemasan produk. Selain itu, dilakukan juga identifikasi terhadap jenis produk yang diproduksi oleh UMKM di Desa Gondang Lor. Hasil survei ini akan digunakan sebagai acuan dalam merancang materi pelatihan yang tepat.

2. **Tahap Pelatihan:** Pelatihan pembuatan desain kemasan produk akan berlangsung selama 3-5 hari. Kegiatan ini mencakup sesi teori dan praktik, di mana peserta akan mempelajari elemen-elemen dasar desain kemasan seperti pemilihan warna, tipografi, visual, dan materi kemasan yang sesuai dengan produk. Setiap sesi akan diakhiri dengan diskusi dan tanya jawab untuk memastikan bahwa peserta memahami materi yang disampaikan.
3. **Sesi Praktik dan Bimbingan:** Peserta akan diberikan waktu untuk merancang desain kemasan masing-masing produk secara langsung dengan bimbingan dari tim fasilitator. Dalam sesi ini, peserta akan menggunakan perangkat lunak desain sederhana seperti Canva yang telah disediakan. Setiap peserta akan menerima bimbingan personal agar desain kemasan yang dihasilkan sesuai dengan standar pasar dan kebutuhan branding.

Setelah pelatihan selesai, peserta akan diberikan pendampingan selama 1-2 bulan. Dalam masa ini, tim pengabdian akan memantau penerapan desain kemasan yang telah dipelajari ke dalam produk-produk UMKM. Pendampingan ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelaku UMKM dapat mengimplementasikan desain dengan baik dan memberikan bantuan jika diperlukan, terutama terkait penyesuaian atau perbaikan desain. Selain itu, evaluasi terhadap dampak desain kemasan pada penjualan juga akan dilakukan, untuk mengetahui sejauh mana efektivitas pelatihan ini dalam meningkatkan penjualan produk.

Untuk mengukur keberhasilan program pengabdian ini, evaluasi akan dilakukan pada dua level

1. **Evaluasi Pelatihan:** Peserta akan mengisi kuesioner tentang pemahaman mereka terkait materi pelatihan dan kepuasan mereka terhadap pelaksanaannya.
2. **Evaluasi Dampak:** Pengukuran dampak pelatihan terhadap penjualan produk UMKM akan dilakukan dengan membandingkan data penjualan sebelum dan sesudah pelatihan, serta dengan mengukur perubahan persepsi konsumen terhadap produk dengan desain kemasan baru.



Gambar 1. Kegiatan pelatihan



Gambar 2. Desain kemasan sebelum pelatihan



Gambar 3. Desain kemasan setelah pelatihan

D. Conclusion

Pelatihan pembuatan desain kemasan produk di Desa Gondang Lor, Sugio, Lamongan merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing dan penjualan produk UMKM. Melalui pendekatan partisipatif, pelatihan ini melibatkan langsung pelaku UMKM dalam proses pembelajaran, memastikan bahwa desain kemasan yang dihasilkan relevan dan sesuai dengan kebutuhan pasar. Tahapan pelatihan yang mencakup teori, praktik, dan bimbingan personal memungkinkan peserta untuk menguasai elemen-elemen dasar desain yang efektif.

Selain itu, pendampingan pasca pelatihan dan evaluasi yang terstruktur memberikan dukungan berkelanjutan bagi pelaku UMKM dalam mengimplementasikan desain kemasan mereka. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan tidak hanya memberikan keterampilan baru bagi pelaku UMKM, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan penjualan produk mereka, memperluas pasar, dan memperkuat brand awareness.

E. References

- Effendi, R., Mahfud, C., & Anwar, S. (2020). The influence of packaging design training on increasing sales performance in SMEs. *International Journal of Entrepreneurship and Business Development*, 75-89.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Mu'ah, Umar, Y. S., Kuntoaji, D. S., Siti, M., & Nurul, Q. (2020). Increasing Customers Loyalty MSME of Focused E-Marketing and Quality of Service. *International Journal of Engineering Research and Technology*, 2729-2735.
- Nataliawati, R., Musyarofah, S., Handayani, L., & Wulandari, R. S. (2024). Sosialisasi Pentingnya Digital Marketing Bagi. *Communnity Development Journal*, 5(1), 1140–1145.
- Nugraha, I., & Setiawan, T. (2021). The effect of packaging design training on brand awareness and sales performance for SMEs. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 45-60.
- Silayoi, P., & Speece, M. (2020). packaging and purchase decisions: An exploratory study on the impact of involvement level and time pressure. *British Food Journal*, 377-399.
- Siti Musarofah, Mesra Surya Ariefin, Bayu Malikhul Askha, Arian Yusuf Wicaksono, & Muhammad David. (2023). Pelatihan Pembuatan Keset dari Pakaian Bekas Guna Meningkatkan Ketrampilan Ibu PKK di Dusun Gumelem Desa Banjarejo Kecamatan Kedungpring Lamongan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, 1(3), 1–4. <https://doi.org/10.59024/jpma.v1i3.190>
- Siti Musarofah, Yanuangga galaherlambag, & Maulidza Nurfauzi. (2022). Pelatihan Inovasi Produksi Kerupuk Guna Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Desa Wonokromo Lamongan. *Community : Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 2(3), 118–122. <https://doi.org/10.51903/community.v2i3.266>

Trivedi, P. (2019). The impact of packaging design on consumer buying behavior for small and medium enterprises. *Journal of Packaging Technology and Research*, 125-138.