



Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

Fariz Al Rizky

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: 21013010216@student.upnjatim.ac.id

Abstrak. *This research explores the development of packaging and labeling for MSMEs products in Galengdowo Village, Wonosalam District. MSMEs play a crucial role in the economy, both as job creators and drivers of inclusive economic growth. One of the biggest challenges faced by MSMEs is product marketing, where packaging and labeling significantly contribute to attracting consumer attention, providing clear information, and distinguishing products from competitors. This study aims to explore strategies for developing packaging and labeling that enhance the attractiveness and competitiveness of MSME products. Methods used include observation and analysis of factors influencing design choices, materials, and messaging in packaging and labeling. The research findings indicate that innovation in label and packaging design, such as using visually appealing stickers with images and colors, can enhance visibility and sales of MSME products. In conclusion, effective packaging and labeling development can positively contribute to the sustainability and competitiveness of MSMEs in an increasingly competitive market.*

Keywords: *MSME, packaging, labeling, marketing, innovation*

Abstrak. Penelitian ini mengeksplorasi pengembangan kemasan dan pelabelan untuk produk UMKM di Desa Galengdowo, Kecamatan Wonosalam. UMKM berperan penting dalam perekonomian, baik sebagai pencipta lapangan pekerjaan maupun sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi inklusif. Salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh UMKM adalah pemasaran produk, di mana kemasan dan pelabelan memiliki peran signifikan dalam menarik perhatian konsumen, memberikan informasi yang jelas, dan membedakan produk dari pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan kemasan dan pelabelan yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing produk UMKM. Metode yang digunakan mencakup observasi dan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan desain, bahan, dan pesan dalam kemasan dan pelabelan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam desain label dan kemasan, seperti penggunaan stiker label dengan gambar dan warna yang menarik, dapat meningkatkan visibilitas dan penjualan produk UMKM. Kesimpulannya, pengembangan kemasan dan pelabelan yang efektif dapat memberikan kontribusi positif terhadap keberlanjutan dan daya saing UMKM di pasar yang semakin kompetitif.

Kata Kunci: UMKM, packaging, labeling, pemasaran, inovasi

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian suatu negara. Mereka bukan hanya sebagai pencipta lapangan kerja utama tetapi juga sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008, UMKM didefinisikan dalam tiga kategori:

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

- a. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp 50.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan, atau memiliki hasil penjualan tahunan maksimal Rp 300.000.000.
- b. Usaha Kecil adalah kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri, dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang dari usaha menengah atau besar, dengan kekayaan bersih Rp 500.000.000 hingga Rp 2.500.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp 300.000.000 hingga Rp 2,5 miliar.

Salah satu aspek krusial dalam keberlangsungan UMKM adalah pemasaran produk mereka. Dalam konteks ini, pengemasan (packaging) dan penandaan (labeling) produk memainkan peran yang sangat penting dalam menarik perhatian konsumen, memberikan informasi yang jelas tentang produk, serta membedakan produk dari pesaing sejenis. Pengemasan melibatkan desain dan pembuatan wadah atau penutup bagian luar produk. Ini merupakan bagian penting dari desain produk yang bertujuan untuk meningkatkan penampilan produk agar menarik minat konsumen potensial. Oleh karena itu, pengemasan harus rapi agar efektif dalam menarik minat konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan pengemasan dan penandaan produk UMKM. Perbaikan dalam dua aspek ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dengan memperluas pangsa pasar, meningkatkan daya saing, serta memperkuat citra merek produk UMKM. Melalui analisis mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pilihan desain, bahan, dan pesan dalam pengemasan dan penandaan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berarti bagi praktisi UMKM untuk mengoptimalkan metode pemasaran mereka.

Penelitian akan mengeksplorasi berbagai pendekatan dan praktik terbaik dalam pengembangan pengemasan dan penandaan produk UMKM. Dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti preferensi konsumen, tren pasar, regulasi hukum, dan aspek keberlanjutan, studi ini bertujuan untuk memberikan panduan yang efektif dan relevan bagi UMKM dalam meningkatkan kualitas serta daya tarik produk mereka melalui pengemasan dan penandaan yang efektif.

Dalam konteks meningkatkan kualitas UMKM di desa, kesadaran merek harus dipahami sebagai landasan yang fundamental yang perlu mendapat perhatian untuk memudahkan proses pemasaran produk di masa depan. Kesadaran merek mengacu pada kemampuan konsumen untuk mengenali merek, seringkali melalui detail-detail kecil seperti logo, warna, atau slogan. Menurut Humdiana seperti yang dikutip oleh Untono, kesadaran merek adalah kemampuan pembeli untuk mengingat suatu merek dalam kategori produk tersebut.

Upaya untuk memajukan dan mengembangkan sektor UMKM dapat menciptakan lebih banyak lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan pekerja, yang pada akhirnya dapat mengurangi tingkat pengangguran. Keberhasilan sektor UMKM menandakan keberhasilan pembangunan nasional dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap distribusi pendapatan di masyarakat.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bantuan yang berdampak dalam pengembangan strategi pemasaran produk bagi UMKM, serta menjadi landasan untuk penelitian

lebih lanjut di bidang ini. Kesimpulan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pandangan menyeluruh mengenai pentingnya pengembangan pengemasan dan penandaan produk dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM dalam pasar yang semakin kompetitif saat ini.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilakukan selama 3 bulan. Kegiatan ini dilaksanakan di UMKM makanan ringan yang dimiliki oleh Pak Miskan di Desa Galengdowo, Kabupaten Jombang. Berikut adalah tahapan yang dilakukan dalam kegiatan ini:

No	Nama Kegiatan	Kunjungan Ke			
		I	II	III	IV
1.	Survei UMKM				
2.	Analisis Permasalahan				
3.	Proses labeling & Alat				
4.	Laporan Pengabdian				

1. Tahap survei

Pada tahap ini, peneliti melakukan survei untuk memilih lokasi yang cocok untuk kegiatan Kuliah Kerja Nyata Tematik (KKNT) di Desa Galengdowo, Kabupaten Jombang. Setelah menemui beberapa UMKM, usaha makanan ringan milik Pak Miskan dipilih sebagai tempat yang sesuai untuk kegiatan KKNT. Penelitian dilakukan dengan melakukan tanya jawab terhadap pihak UMKM mengenai produk, penjualan, marketplace yang digunakan, serta pemasukan dan pengeluaran. Peneliti juga menanyakan kebutuhan apa saja yang diperlukan oleh Pak Miskan dalam menjalankan usahanya.

2. Tahap analisis permasalahan

Setelah memilih UMKM yang tepat, peneliti menganalisis permasalahan utama yang dihadapi UMKM makanan ringan ini. Permasalahan yang diidentifikasi antara lain adalah ketahanan jus jambu yang pendek dan belum adanya keberadaan di marketplace. Berdasarkan analisis ini, rencananya adalah memberikan ide dan solusi untuk meningkatkan penjualan serta pertumbuhan produk UMKM makanan ringan. Ini

Pemberdayaan UMKM Desa Galendowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

termasuk rencana untuk membuat akses di platform marketplace seperti Shopee, serta perbaikan dalam label, banner, dan kemasan produk.

3. Tahap pengembangan produk dan inovasi

Langkah selanjutnya adalah melakukan pengembangan produk dan inovasi. Salah satu inovasi yang dilakukan adalah pembuatan akun Shopee baru untuk menjangkau konsumen di luar daerah Jombang. Selain itu, dilakukan perbaikan pada label dan kemasan produk agar lebih menarik. Untuk jus jambu, diberikan tips untuk meningkatkan ketahanan produk dengan menambahkan natrium benzoat dan penggunaan alat bantu seperti cooler.

4. Tahap pembuatan laporan

Tahap terakhir dari kegiatan KKNT ini adalah pembuatan laporan. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengecekan ulang terhadap produk seperti jus jambu untuk memastikan ketahanannya. Selain itu, juga disusun laporan yang mendetail mengenai UMKM makanan ringan milik Pak Miskan.

Dengan demikian, kegiatan ini bertujuan untuk memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kualitas dan daya saing UMKM makanan ringan di pasar yang semakin kompetitif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Program UMKM Makanan Ringan Pak Miskan

Program yang kami lakukan adalah membantu memperbaiki dan meningkatkan penjualan pada UMKM di sekitar Desa Galendowo, khususnya UMKM jajanan ringan yang dikenal dengan nama “Mutiarra Pangan.” Program ini bertujuan untuk memberikan dukungan strategis dan praktis kepada Bapak Miskan, pemilik dari “Mutiarra Pangan,” dalam mengembangkan usaha makanan ringan yang mereka kelola. UMKM ini menawarkan berbagai produk jajanan yang lezat, termasuk keripik usus, stik sosis, kacang telur, pisang coklat, Mendut, perkedel kentang, dan jus jambu, yang semuanya merupakan pilihan camilan yang populer di kalangan masyarakat. Setiap produk dibuat dengan bahan-bahan berkualitas dan resep yang telah terbukti, menjadikan “Mutiarra Pangan” sebagai pilihan favorit bagi banyak pelanggan lokal.

Sebagai bagian dari program ini, kami melaksanakan berbagai inisiatif untuk membantu “Mutiarra Pangan” dalam memperbaiki strategi pemasaran dan meningkatkan penjualan produk. Salah satu langkah awal yang kami lakukan adalah melakukan evaluasi mendalam terhadap strategi pemasaran yang telah diterapkan oleh Bapak Miskan. Kami bekerja sama dengan beliau untuk merancang rencana pemasaran yang lebih efektif, yang mencakup pembuatan materi promosi seperti brosur, poster, dan konten media sosial yang dapat menarik perhatian pelanggan baru. Kami juga memberikan pelatihan mengenai teknik pemasaran modern, termasuk cara menggunakan media sosial untuk promosi, teknik penjualan yang persuasif, dan strategi untuk menciptakan kampanye pemasaran yang inovatif dan menarik bagi konsumen. Pelatihan ini bertujuan untuk

membekali Bapak Miskan dengan keterampilan yang diperlukan untuk mengelola dan memasarkan produk “Mutiara Pangan” secara lebih efisien dan efektif.

Selain itu, kami membantu dalam memperluas jaringan distribusi produk “Mutiara Pangan” dengan menjalin kemitraan dengan warung-warung terdekat di Desa Galengdowo. Kami membantu Bapak Miskan dalam proses negosiasi dengan pemilik warung untuk menempatkan produk “Mutiara Pangan” di rak mereka, serta memberikan dukungan dalam bentuk materi promosi yang dapat meningkatkan daya tarik produk di titik-titik penjualan ini. Kami juga melakukan kunjungan rutin ke warung-warung mitra untuk memastikan ketersediaan produk, memantau penjualan, dan memberikan dukungan tambahan yang diperlukan untuk memastikan produk selalu tersedia dan dikenal oleh pelanggan.

Sebagai bagian dari upaya kami untuk mendukung pengembangan produk, kami mengadakan sesi brainstorming dan workshop bersama Bapak Miskan untuk menghasilkan ide-ide baru untuk produk yang dapat menarik lebih banyak pelanggan. Kami membantu dalam pengujian produk baru dengan mengumpulkan umpan balik dari pelanggan dan melakukan penyesuaian yang diperlukan untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik produk. Selain itu, kami memberikan saran tentang cara memperbarui produk yang sudah ada untuk memastikan produk tetap relevan di pasar dan memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dalam hal pengelolaan operasional, kami juga memberikan dukungan praktis kepada Bapak Miskan dalam berbagai aspek, seperti pengelolaan inventaris, pengaturan keuangan, dan sistem pemesanan. Kami membantu beliau untuk menyusun sistem pengelolaan yang lebih efisien dan efektif, yang mencakup pembuatan rencana pengelolaan stok yang baik, penataan keuangan yang teratur, dan pengembangan sistem pemesanan yang mudah diakses oleh pelanggan dan mitra bisnis. Dengan bantuan ini, kami berharap Bapak Miskan dapat menjalankan operasional usaha dengan lebih lancar dan menghadapi tantangan-tantangan operasional yang mungkin timbul.

Kami juga berfokus pada membangun hubungan yang lebih baik dengan pelanggan melalui berbagai inisiatif, seperti mengadakan acara sampling produk, menawarkan promosi khusus, dan menyelenggarakan acara komunitas yang melibatkan produk “Mutiara Pangan.” Melalui acara sampling, pelanggan memiliki kesempatan untuk mencoba berbagai produk dan memberikan umpan balik langsung yang dapat digunakan untuk perbaikan. Promosi khusus seperti diskon atau penawaran paket bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan menarik pelanggan baru.

2. Survey UMKM

Pada akhir bulan Maret 2024 kami memulai perjalanan untuk pemberdayaan UMKM di desa Galengdowo ini. Tahapan awal yang kami lakukan yaitu melakukan survei ke beberapa UMKM di sekitar desa Galengdowo. Melalui serangkaian survei pada akhir Maret itu kami mengidentifikasi berbagai potensi serta tantangan-tantangan para pelaku UMKM di desa tersebut.

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

Dari hasil survey yang kami lakukan pada tanggal 22 Maret 2024 itu kami memutuskan bahwa UMKM yang dibuat oleh bapak Miskan akan menjadi mitra kami. Hal itu kami dasari bahwa produk yang dibuat oleh pak Miskan memiliki potensi besar untuk lebih berkembang. Karena UMKM ini memiliki beberapa produk yang ditawarkan menjadi keuntungan tersendiri karena konsumen dapat lebih memilih produk mana yang mereka inginkan. Selain itu produk yang dibuat oleh UMKM ini juga memiliki kualitas yang baik dan rasa yang lezat. Namun terkendala oleh beberapa faktor seperti belum memiliki merek atau identitas yang kuat dan kemasan produk yang kurang menarik.

Melihat potensi dan tantangan tersebut, kami memutuskan untuk menjadikan UMKM Bapak Miskan sebagai mitra dalam program pengembangan UMKM di Desa Galengdowo. Kami yakin bahwa dengan pendampingan dan strategi yang tepat, produk jus jambu Bapak Miskan dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan mencapai kesuksesan yang lebih tinggi.



Gambar 1. Survey UMKM bapak Miskan

3. Labeling dan Packaging/Kemasan

Labeling dan packing adalah tampilan awal dan utama dari sebuah produk yang terlihat oleh konsumen maka dari itu pengelolaan dari packaging harus ditonjolkan semaksimal mungkin karena itulah yang dilihat konsumen. Label pada kemasan dapat membantu konsumen dalam membedakan suatu produk dengan lainnya, karena di dalam label tersebut terdapat logo yang menjadi identitas tersendiri dalam produk itu untuk membedakan produk UMKM Pak miskin dengan produk UMKM lainnya. Kami menyarankan pembuatan logo beserta label pada kemasan UMKM ini karena biasanya pelaku usaha mikro kecil dan menengah atau UMKM di Indonesia sering mengabaikan pemberian label pada kemasan produk mereka. Namun pada kenyataannya sebuah label

ini sangat penting untuk produk sebagai identitas UMKM ini agar produk tidak tertukar dengan milik orang lain.

Melalui label pada kemasan-kemasan produk Tidak hanya memberikan informasi mengenai nama usaha itu, juga dapat berupa kualitas, kode produksi, petunjuk penggunaan, masa hidup produk untuk dapat dipasarkan secara luas di mana saja. Hal itu karena logo menjadi bahan pertimbangan utama bagi konsumen untuk dapat memilih produk. Produk yang menampilkan kemasan atau label yang menarik warna yang indah, dan nama yang mudah dikenang oleh konsumen akan menjadi faktor-faktor utama untuk menarik minat konsumen dalam membeli produk kita selain dari rasa produk itu sendiri.

Setelah melakukan survey bahwa kami dapat menganalisis beberapa kondisi awal dari Mitra mutiara pangan yaitu sebagai berikut:

1. Tidak Memiliki Merek: Pada awalnya UMKM ini tidak memiliki nama usaha ketika menjualkan produk mereka di pasaran titik kekurangan inilah yang dapat menghambat kemajuan produk-produk untuk dapat berkembang di pasaran dan agar konsumen dapat lebih mengenal dan mengingat produk yang dijual oleh mutiara pangan ini.
2. Packaging yang Kurang Menarik: Produk yang ditawarkan oleh Mitra Mutiara Pangan memiliki packaging yang kurang menarik perhatian. Kurangnya perhatian terhadap desain dan kualitas packaging dapat mengurangi daya tarik produk di pasar dan membuatnya sulit bersaing dengan produk sejenis yang memiliki kemasan yang lebih menarik.
3. Potensi Terpendam: Meskipun saat ini kondisi mitra Mutiara Pangan masih belum optimal, namun potensi untuk pengembangan lebih lanjut sangatlah besar. Produk-produk yang ditawarkan memiliki kualitas baik namun belum berhasil dipoles dengan baik dalam hal branding dan pemasaran.

Maka dari itu langkah pertama yang kami lakukan yaitu bersama dengan bapak Miskan dan ibu Miskan sebagai pemilik UMKM ini yaitu mendiskusikan nama usaha dari UMKM ini dan mendapatkan nama yaitu mutiara pangan sebagai Nama usaha tetap yang akan dipakai untuk memasarkan produk-produk dari bapak Miskan ini. Setelah menentukan nama usaha selanjutnya kami membuat beberapa desain-desain logo untuk ditempelkan pada kemasan.

Proses pembuatan logo dan label untuk UMKM Mutiara Pangan tidaklah mudah. Kami harus melakukan beberapa kali revisi dan diskusi mendalam dengan Ibu/Bapak selaku pelaku UMKM untuk memastikan hasil akhir yang memuaskan. Setiap detail logo dan label kami perhatikan dengan seksama, mulai dari pemilihan warna, bentuk, hingga tipografi. Hal ini dilakukan semata-mata untuk mendapatkan logo dan label yang tidak hanya sesuai dengan harapan mitra kami, tetapi juga mampu mencerminkan identitas dan nilai-nilai yang terkandung dalam produk-produk UMKM Mutiara Pangan. Selain itu kami juga menambahkan nomor WhatsApp atau nomor kontak person dari bapak miskan sendiri yang dapat dihubungi konsumen jika nantinya ingin memesan produk secara pribadi.

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

Setelah mendapatkan kesepakatan terhadap pembuatan logo itu selanjutnya kami melakukan percetakan yang nantinya akan ditempel pada kemasan produk dari UMKM Mutiara pangan ini. Berikut adalah final logo, before dan after kemasan produk.



Gambar 2. Final logo Mutiara Pangan



Gambar 3. Produk sebelum labeling



Gambar 4. Produk Setelah labeling dan Re-Packaging

Seperti gambar diatas, pembaruan kemasan produk dari yang sebelumnya menggunakan kantong plastik menjadi botol plastik serta menampilkan logo baru dengan desain yang lebih menarik memberikan visualisasi produk yang lebih menarik dan indah. Selain itu dengan adanya logo baru ini juga menampilkan dengan jelas nama UMKM dan kontak dari UMKM Mutiara Pangan kalau nantinya ada konsumen yang ingin memesan produk dengan jumlah besar untuk bisa menghubungi bapak Miskan selaku pemilik UMKM Mutiara Pangan secara langsung. Langkah ini juga bertujuan untuk memperkuat citra merek UMKM dalam benak konsumen dan meningkatkan daya tarik produk baik diwarung, toko, maupun tempat pemasaran lainnya yang pada akhirnya diharapkan dapat mendukung peningkatan penjualan dan pertumbuhan bisnis secara keseluruhan.

Dengan selesainya pembuatan logo dan re-packaging produk dari mutiara pangan membawa manfaat dan keberhasilan agar produk-produk dari UMKM ini dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas tidak hanya di desa Galengdowo saja namun di desa-desa bahkan di kota-kota lainnya.

4. Hambatan dan tantangan

Dalam pembuatan logo atau label dalam kemasan kami tertantang untuk membuat logo yang dapat mencirikan UMKM Mitra pangan ini, Namun karena UMKM ini tidak hanya menjual jajan-jajan tetapi juga membuat jus jambu sebagai salah satu produk yang mereka jual, tentu saja hal itu menjadi tantangan yang rumit untuk kami selesaikan. Namun setelah melakukan beberapa diskusi dengan pelaku UMKM tersebut

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

kami berhasil membuat logo atau level yang sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh pelaku UMKM tersebut.

5. Jejaring kemitraan

Program kerja ini tidak memiliki jejaring kemitraan dengan mitra lain yang dapat memberikan dukungan dan bantuan dalam berbagai aspek penting seperti pelatihan, pendanaan, dan pemasaran, yang sangat diperlukan dalam proses pengembangan UMKM Mutiara Pangan ini. Tanpa adanya kolaborasi dengan mitra eksternal yang berpengalaman dan memiliki sumber daya yang memadai, UMKM Mutiara Pangan tidak bisa memanfaatkan peluang untuk pertumbuhan dan inovasi yang lebih luas, yang biasanya diperoleh melalui jaringan kemitraan strategis. Hal ini berarti UMKM tersebut harus mengandalkan sumber daya internal yang terbatas, sehingga menghadapi tantangan lebih besar dalam bersaing dan berkembang di pasar yang semakin kompetitif.

6. Peran serta dan bentuk kontribusi mitra

Transformasi UMKM Mutiara Pangan tidak lepas dari peran penting Pak Miskan dan Bu Miskan, pemilik usaha yang penuh semangat dan dedikasi. Sejak awal, mereka terlibat aktif dalam proses pendampingan dan pengembangan UMKM yang kami lakukan.

Salah satu contoh nyata kerjasama mereka adalah dalam pemilihan nama dan logo untuk produk atau perusahaan. Kami menyadari bahwa identitas produk dan perusahaan merupakan elemen penting dalam membangun merek yang kuat dan menarik bagi konsumen. Oleh karena itu, kami melibatkan Pak Miskan dan Bu Miskan dalam proses brainstorming dan pemilihan nama serta logo yang tepat.

Pak Miskan dan Bu Miskan memberikan masukan yang berharga berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka di bidang usaha. Mereka memahami betul target pasar dan karakteristik produk mereka, sehingga mereka dapat membantu kami memilih nama dan logo yang sesuai dengan identitas UMKM Mutiara Pangan.

Proses kolaborasi ini tidak hanya menghasilkan nama dan logo yang menarik dan mudah diingat, tetapi juga memperkuat hubungan kepercayaan dan kerjasama antara kami dan Pak Miskan serta Bu Miskan. Mereka merasa dihargai dan dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, sehingga mereka semakin termotivasi untuk mengembangkan usahanya.

7. Temuan Baru Atau Unik Dalam Hal Kekayaan Alam , Teknologi Lokal, Dan Budaya

Di desa Galengdowo, potensi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sangatlah besar dan beragam, yang merupakan hasil dari pemikiran kreatif dan inovatif para pelaku usaha di desa ini. Berbagai macam produk dan layanan dihasilkan oleh UMKM di desa ini, mulai dari makanan khas lokal, kerajinan tangan, hingga produk pertanian dan perikanan. Setiap UMKM memiliki karakteristik dan keunikan yang

berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Namun, di balik potensi yang melimpah ini, terdapat tantangan besar yang harus dihadapi oleh pelaku UMKM, yaitu kurangnya kesadaran mengenai pentingnya identitas usaha sebagai salah satu faktor kunci dalam kesuksesan bisnis mereka di pasar yang kompetitif.

Kurangnya kesadaran akan pentingnya identitas usaha dapat dilihat dari fakta bahwa banyak pelaku UMKM di desa ini yang masih belum memiliki nama dan logo yang menggambarkan ciri khas dan nilai dari produk mereka. Sebagian besar produk yang dijual oleh UMKM di Galengdowo tidak memiliki merek atau simbol yang membedakannya dari produk-produk sejenis yang ditawarkan oleh pesaing. Hal ini mengakibatkan produk-produk tersebut tidak memiliki daya tarik yang cukup di mata konsumen, dan membuatnya sulit untuk bersaing dengan produk serupa yang sudah lebih dikenal di pasar. Tanpa adanya identitas usaha yang jelas dan menonjol, pelaku UMKM akan menghadapi tantangan dalam membangun merek yang dikenal, menarik perhatian konsumen, dan membedakan produk mereka dari kompetitor.

Identitas usaha yang kuat, yang tercermin dalam desain nama dan logo yang unik serta mudah diingat, adalah elemen penting dalam strategi pemasaran yang efektif. Nama yang mudah diingat dan logo yang menarik tidak hanya membantu konsumen untuk mengidentifikasi produk, tetapi juga menciptakan kesan yang mendalam dan positif di benak mereka. Pemberian nama dan desain logo harus dilakukan dengan pertimbangan yang matang, memperhatikan kategori produk yang dijual, nilai-nilai yang ingin disampaikan, serta preferensi dan kebutuhan pasar sasaran. Identitas usaha yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai pembeda yang signifikan di antara produk-produk sejenis dan dapat meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Selain itu, identitas usaha yang konsisten dan profesional memiliki peran strategis dalam membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat reputasi UMKM di pasar. Penggunaan nama dan logo yang mencerminkan kualitas dan karakter produk akan membantu UMKM dalam menciptakan citra yang positif di mata konsumen, serta memperkuat posisi mereka dalam persaingan bisnis. Identitas usaha yang efektif juga membuka peluang bagi UMKM untuk memperluas jangkauan pasar, baik di tingkat lokal maupun regional, dan menjalin kemitraan strategis dengan berbagai pihak di industri.

Secara keseluruhan, pengembangan identitas usaha yang efektif merupakan langkah awal yang sangat penting dalam membangun merek UMKM yang sukses. Dengan merancang nama dan logo yang tepat, pelaku UMKM di desa Galengdowo dapat membangun dasar yang solid untuk pertumbuhan usaha mereka, meningkatkan daya saing produk, dan membuka peluang untuk pengembangan usaha yang lebih luas di masa depan. Identitas usaha yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan kesan yang mendalam dan berkelanjutan di pasar, yang pada akhirnya akan berdampak pada kesuksesan dan keberlanjutan usaha mereka.

8. Potensi pengembangan dan berkelanjutan

Di tengah persaingan pasar yang cukup ketat ini membuat UMKM pak Miskan dihadapi suatu tantangan. Salah satunya yaitu penggunaan kemasan produk jus jambu yang dulunya menggunakan kantong plastik biasa saja namun sekarang tidak efektif. Hal

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

itu terjadi karena dengan perkembangan saat ini dapat dilihat bahwa penggunaan kantong plastik sebagai kemasan membuat jus jambu tidak dapat bertahan lama ketika dipasarkan, sehingga perlunya inovasi untuk meningkatkan kualitas serta daya tahan dari produk ini sendiri.

Maka kami menyarankan kepada bapak Miskan untuk mengganti kemasan menggunakan botol plastik agar umur dari produk jus jambu ini lebih panjang. Dengan penggunaan botol plastik ini tidak hanya memperpanjang umur simpan produk saja, namun juga memberikan citra produk lebih mewah dan kokoh. Inovasi ini dapat menjadi inspirasi bagi bapak Miskan untuk terus mengeksplorasi peluang pengembangan produk dan kemasan yang lebih menarik dan unik lagi.

Selain itu kami juga mengajarkan kepala bapak Miskan untuk membeli kemasan untuk produk yang di produksi oleh UMKM ini melalui media e-commerce shopee, hal ini bertujuan agar biaya bahan lebih murah. Selain itu pula dikarenakan di e-commerce ini terdapat banyak bentuk kemasan yang lebih lucu dan menarik, dengan begitu bapak Miskan sebagai pemilik Mutiara Pangan ini bisa mengakses berbagai pilihan kemasan dengan lebih luas dan dengan harga yang lebih kompetitif. Hal itu membuka peluang bagi UMKM ini untuk membuat kemasan yang lebih kreatif dan inovatif untuk menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan hasil penjualan lebih tinggi lagi.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari program pengembangan UMKM Mutiara Pangan di Desa Galengdowo menunjukkan perjalanan yang signifikan dalam memperbaiki strategi pemasaran, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat identitas merek. Melalui kolaborasi yang intensif dengan Pak Miskan dan Bu Miskan, kami berhasil merancang logo baru dan memperbarui kemasan produk menjadi lebih menarik dan profesional. Langkah-langkah ini bertujuan untuk memperluas pasar, meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen, serta meningkatkan penjualan secara signifikan.

Program ini tidak hanya fokus pada aspek visual dan branding, tetapi juga memberikan dukungan dalam pengelolaan operasional, pengembangan produk baru, serta membangun jaringan distribusi yang lebih luas. Kami berhasil membantu UMKM Mutiara Pangan untuk memanfaatkan peluang di pasar lokal dan meningkatkan kompetitivitasnya melalui inovasi dalam kemasan produk dan strategi pemasaran.

Dengan demikian, program ini bukan hanya membawa manfaat langsung dalam peningkatan penjualan, tetapi juga memberikan fondasi yang kuat bagi UMKM Mutiara Pangan untuk pertumbuhan dan pengembangan berkelanjutan di masa depan. Dengan terus mengembangkan identitas usaha, inovasi produk, dan strategi pemasaran yang efektif, diharapkan UMKM ini dapat memperluas pengaruhnya di pasar yang semakin kompetitif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2022, Oktober 11). *Indonesia Punya UMKM Terbanyak di ASEAN, Bagaimana Daya Saingnya?* Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/11/indonesia-punya-umkm-terbanyak-di-asean-bagaimana-daya-saingnya>

- Hidayat, K. S. (2023, Desember 26). *Pentingnya Peran Psikologi Warna dalam Bisnis Kuliner*. Retrieved from Mekari Jurnal: <https://www.jurnal.id/id/blog/peran-psikologi-warna-dalam-bisnis-kuliner/>
- Hukal, P., & Henfridsson, O. (2017, August). *Digital innovation – a Definition and Integrated Perspective*. Retrieved from ResearchGate: https://www.researchgate.net/publication/345525885_Digital_innovation_-_a_definition_and_integrated_perspective
- KADIN INDONESIA. (2023). *UMKM Indonesia*. Retrieved from Kadin Indonesia: Indonesian Chamber of Commerce and Industry: <https://kadin.id/data-dan-statistik/umkm-indonesia/>
- Kementerian Desa. (2024). *SDG's Desa*. Retrieved from Sistem Informasi Desa: <https://sid.kemendesa.go.id/sdgs>
- Pemprov Kalimantan Tengah. (2024, Mei 31). *Sosialisasi Nomor Induk Berusaha (NIB) Bagi Pelaku Usaha Kota Palangka Raya Tahun 2024*. Retrieved from Dinas Koperasi dan UKM: <https://diskopukm.kalteng.go.id/berita/detail/sosialisasi-nomor-induk-berusaha-nib-bagi-pelaku-usaha-kota-palangka-raya-tahun-2024>
- Sangian, D., Dengo, S., & Pombengi, J. (2018, Juni 24). *Pendekatan Partisipatif dalam Pembangunan di Desa Tawaang Kecamatan Tenga Kabupaten Minahasa Selatan*. Retrieved from Jurnal Administrasi Publik: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/JAP/article/view/19754>
- Setiawan, S. R. (2024, Maret 12). *UMKM Perlu Terus Didukung untuk Topang Pertumbuhan Ekonomi RI*. Retrieved from KOMPAS: <https://money.kompas.com/read/2024/03/12/203000826/umkm-perlu-terus-didukung-untuk-topang-pertumbuhan-ekonomi-ri?page=all>
- Wahyudi, I., & Henaulu, A. K. (2019, Oktober 3). *Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi berdasarkan Metode Harga Pokok Proses Tahu pada UD. SUMBER REZEKI di Kota Ambon*. Retrieved from Advantage : Jurnal Ilmu Ekonomi: <https://unidar.e-journal.id/jadv/article/view/152>
- Yulfa, A., & Mustofa, C. F. (2019, Januari 5). *Model-Model Pendekatan Partisipatif Dalam Sistem Informasi Geografi*. Retrieved from BHUMI: Jurnal Agraria dan Pertahanan: <https://jurnalbhumi.stpn.ac.id/index.php/JB/article/view/279>
- Getasan, K., Semarang, K., Permana, G. S., Hapsari, D. L., & Elgibbor, T. D. (2024). Pengembangan Packaging Produk UMKM di Desa. 7(1), 118–127.

Pemberdayaan UMKM Desa Galengdowo melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dalam rangka Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Lokal

- Kusumadewi, R. N., & Dkk. (2023). Pendampingan Labeling dan Packaging Dalam Upaya Membangun Branding UKM Jamur Tiram Desa Ujungberung Kabupaten Majalengka. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, Vol. 4(No. 2), Hal. 1399.
- Nafif, F., Puspaningsih, P., Larasati, N. G., Andriani, S., Suci, L. R., Aminnudin, M., & Jumaiyah, J. (2022). Inovasi Packaging dan Marketing Produk UMKM Rumah Sehat Barokah di Desa Bantrung, Kecamatan Batealit, Kabupaten Jepara. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Progresif Humanis Brainstorming*, 5(2), 214–221.
<https://doi.org/10.30591/japhb.v5i2.2909>
- Taryudi, A., Maulana, D., Kistia, J., Hanifah, N., & Retno, D. (2021). Pemulihan Ekonomi Keluarga UMKM Lokal melalui Pelatihan Desain Kemasan Produk dan Pemasaran Online di Desa Pekandangan Jaya , Kabupaten Indramayu (Economic Recovery for Local UMKM Families through Improved Product Packaging and Online Marketing in Pekand. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarat*, 3(1), 27–35.