



## Pelatihan Desain Produk, Bahan Dan Bentuk Kemasan Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Arjuna's Cake

M Khoirul Nur Rokhim<sup>1</sup>, Sugeng Purwanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur Indonesia

### Abstract

Received: 05 September 2024  
Revised: 16 September 2024  
Accepted: 22 September 2024

Saat ini, terjadi kemajuan yang pesat dalam perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang dapat diatributkan kepada banyaknya masyarakat yang memilih untuk membuka usahasendiri daripada terjerat dalam lingkungan kerja di perusahaan dengan tingkat tekanan dan tuntutan yang tinggi. Hal ini konsisten denganketentuan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, yang mengartikan UMKM sebagai usaha atau bisnis yang dijalankan oleh perorangan, kelompok, atau badan usaha. Data dari Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2019 mencatat adanya 65,4 juta UMKM di Indonesia, mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 123,3 ribu orang. Pentingnya peran UMKM dalam mengatasi tingkat pengangguran di Indonesia semakin terbukti seiring waktu. Faktor utama yang mendorong pertumbuhan UMKM adalah kemajuan teknologi, yang memungkinkan para pelaku UMKM memanfaatkannya untuk meningkatkan berbagai aspek seperti penjualan, desain, promosi, dan sebagainya. Meski demikian, masih terdapat sejumlah aspek kecil yang sering kali diabaikan, seperti desain logo, desain label kemasan, dan pemilihan kemasan yang menarik. Beberapa UMKM bahkan menghadapi kendala dalam bersaing dengan produk sejenis, bahkan hingga menghadapi risikopenutupan atau kebangkrutan. Oleh karena itu, tujuan dari program bina desa atau pengabdian masyarakat adalah memberikan bimbingan dan pelatihan khususnya dalam hal desain branding kemasan, dengan menggunakan aplikasi seperti CANVA. Metode yang diterapkan melibatkan langkah-langkah seperti survei kepada UMKM terkait, diskusi kelompok dengan tim dan UMKM terkait, serta pendampingan langsung dalam proses pembuatan desain. Hasil dari rangkaian langkah ini mencakup desain logo, desain kemasan, foto produk, dan desain banner sebagai media promosi. Diharapkan upaya ini dapat membantu UMKM untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar dengan lebih efektif

**Keywords:** UMKM, Kemasan, Desain

(\*) Corresponding Author:

[21012010235@student.upnjatim.ac.id](mailto:21012010235@student.upnjatim.ac.id)  
[sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id](mailto:sugengpurwanto.mnj@upnjatim.ac.id)

**How to Cite:** Rokhim, M. K., & Purwanto, S. (2024). Pelatihan Desain Produk, Bahan dan Bentuk Kemasan Untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Arjuna's Cake. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(18), 597-604. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13932548>.

## PENDAHULUAN

Kelurahan Kali Rungkut merupakan salah satu kelurahan yang ada di bagian timur Kota Surabaya dengan luas 2,56 Km<sup>2</sup>. Kelurahan Kali Rungkut juga memiliki beberapa UMKM yang sudah berkembang dan dikelola langsung oleh pihak Kelurahan. Kelurahan juga membuat paguyuban UMKM, paguyuban tersebut berisi para pelaku UMKM yang ada di wilayah Kali Rungkut. Sebagian besar UMKM di Indonesia masih mengemas produknya dengan tampilan yang tidak menarik. Sebab masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandanganitu ada

karena para pelaku usaha mengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minuman nya agar terlihat bagus dilihat konsumen. Cara pandang pelaku usaha terhadap kemasan atau pun produk yang bernilai tambah perlu diubah.(Prasetyawati et al., 2022). UMKM tumbuh subur disejumlah daerah. Ini terlihat dari data yang dilaporkan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM), total UMKM di Indonesia tembus 8,71 juta unit usaha pada 2022. Pulau Jawa mendominasi sektor ini. Tercatat, Jawa Barat menjadi juara UMKM dengan jumlah 1,49 juta unit usaha. Tipis di urutan kedua ada Jawa Tengah yang mencapai 1,45 juta unit. Ketiga, ada Jawa Timur sebanyak 1,15 juta unit. Sedangkan Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) sebanyak 238,899 ribu unit UMKM.(Bahri et al., 2023). Sebab masih ada pandangan bahwa kemasan itu mahal. Pandangan itu ada karena para pelaku usahamengira dibutuhkan alat yang mahal untuk mengemas produk makanan atau pun minuman nya agar terlihat bagus dilihat konsumen. Cara pandang pelaku usaha terhadap kemasan atau pun produk yang bernilai tambah perlu diubah. Padahal dengan kemasan yang baik produk yang dijual akan menghasilkan keuntungan lebih besar karena bisa dijual dengan harga yang lebih tinggi. Kemasan juga harus menyesuaikan dengan produknya. Diantaranya dengan melihat jenis produk, tujuan produk, warna kemasan pun perlu menjadi perhatian. Harga kemasan juga harus beragam dan disesuaikan dengan produknya. Berdasarkan hasil survey mayoritas.(Prasetyawati et al., 2022) Namun, sebagian besar pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan tersebut memiliki keterbatasan pengetahuan dalam penggunaan teknologi. Walaupun kemajuan teknologi saat ini berkembang dengan cepat dan dapat menjadi alat yang sangat berguna bagi UMKM, para pemilik usaha di kelurahan ini masih kurang memahami sepenuhnya potensi yang dimilikinya. Di tengah era yang serba canggih, persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin sengit, mengakibatkan banyak UMKM terpaksa menutup usahanya karena kalah bersaing dengan pesaing mereka.

Permasalahan ini disebabkan oleh minimnya inovasi, terutama dalam hal desain kemasan produk yang seringkali dibuat secara tidak terstruktur dan kurang menarik. Padahal, peran desain kemasan sangatlah signifikan dalam proses penjualan suatu produk. Selain sebagai wadah fisik, kemasan juga berfungsi sebagai media informasi dan pemasaran. Produk dengan desain kemasan yang kreatif dan menarik memiliki peluang lebih besar untuk dikenang oleh konsumen.

Pelatihan dalam desain produk dan kemasan tidak hanya perlu memiliki kemampuan untuk menciptakan daya tarik yang dapat mendorong konsumen untuk berulang kali melakukan pembelian, melainkan juga agar konsumen dapat dengan mudah mengenali atau mengingat produk tersebut. Secara umum, konsumen cenderung lebih memilih produk dengan harga yang lebih tinggi jika produk tersebut memiliki daya tarik tertentu yang memengaruhi keputusan pembelian secara psikologis. Oleh karena itu, pemahaman dan penerapan teknologi, khususnya dalam aspek desain kemasan, menjadi kunci utama kesuksesan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di era digital ini.

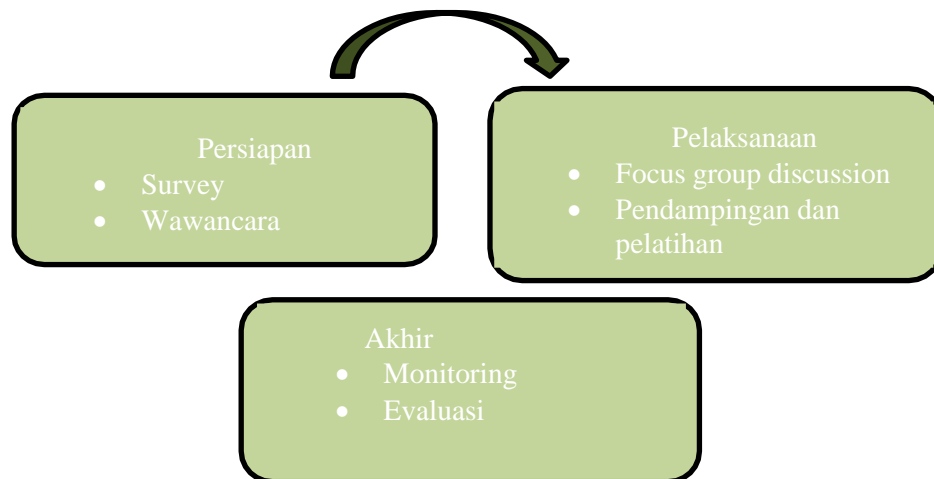
Pelatihan desain produk dan kemasan memiliki peran sebagai medium di mana pembeli dapat berinteraksi secara visual dengan produk melalui konten yang disajikan. Meskipun begitu, pemilik usaha UMKM masih menghadapi persepsi

bahwa pembuatan logo dan label pada kemasan merupakan hal yang rumit untuk dipelajari dan diterapkan. Sebagian besar masyarakat juga beranggapan bahwa pembuatan desain logo hanya dapat dilakukan dengan menggunakan laptop. Namun, seiring dengan kemajuan teknologi, pelaku UMKM sekarang dapat dengan mudah membuat desain logo dan label kemasan menggunakan smartphone melalui aplikasi atau situs web tertentu.

Pemilik usaha diharapkan untuk lebih peka terhadap perkembangan teknologi ini agar dapat bertahan dan meningkatkan daya tarik konsumen. Dengan demikian, mereka dapat meraih keuntungan maksimal dalam menghadapi dinamika persaingan bisnis yang terus berubah di zaman digital ini.

## METODE

Program bina desa ini melibatkan pendampingan yang fokus pada pelatihan desain produk guna meningkatkan tingkat penjualan. Pendampingan ini diarahkan kepada UMKM Arjuna's Cake, yang berlokasi di JL. Pondok Boro T1/03, Kelurahan Kalirungkut, Kecamatan Kalirungkut, Kota Surabaya. Berikut adalah serangkaian langkah-langkah yang diterapkan dalam kegiatan bina desa ini.



Gambar.1 Metode pelaksanaan kegiatan

### 1. Tahap Persiapan

Dalam fase awal ini, tim memulai dengan melakukan survei terhadap UMKM Arjuna's Cake, dan langkah berikutnya melibatkan pendataan melalui wawancara langsung dengan pemilik UMKM tersebut. Wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi terkait tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh UMKM Arjuna's Cake. Berdasarkan hasil wawancara, tim menemukan bahwa UMKM Arjuna's Cake menghadapi kendala dan tantangan, khususnya dalam kurangnya inovasi terkait bentuk kemasan yang kurang menarik. Tahap Pelaksanaan Langkah berikutnya, tim bina desa Kalirungkut menyelenggarakan focus group discussion (FGD) dengan UMKM Arjuna's untuk mendapatkan pemahaman rinci tentang permasalahan dan keinginan yang dimiliki oleh pemilik UMKM tersebut. Setelah melakukan survei dan merencanakan pelatihan, tim melakukan pengambilan sampel produk, perancangan desain branding kemasan, pembuatan banner, dan pengambilan foto produk. Selain itu, tim juga menyampaikan sosialisasi mengenai pentingnya bentuk kemasan agar UMKM dapat bersaing secara efektif dengan

produk serupa di pasaran.

#### 1. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini, tim bina desa melakukan monitoring dan evaluasi terhadap seluruh kegiatan yang telah dilaksanakan selama pelaksanaan program. Evaluasi melibatkan penilaian terhadap kepuasan mitra dan konsumen terkait desain kemasan. Melalui kegiatan pemantauan ini, kami dapat mengamati sejauh mana produk UMKM Arjuna's Cake dikenal oleh masyarakat secara lebih luas.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan langkah-langkah yang telah dijelaskan dalam metodologi penelitian, tim berhasil mengidentifikasi informasi yang menjadi permasalahan bagi UMKM Arjuna's Cake. Setelah mengumpulkan data tersebut, tim melakukan diskusi internal dan memutuskan untuk memberikan bantuan terkait desain branding kemasan, pengambilan foto produk, dan pembuatan banner. Selain itu, tim bina desa juga menyelenggarakan pelatihan dan sosialisasi mengenai aspek- aspek desain kepada pemilik UMKM.



Gambar 2. Melakukan survey pada UMKM Arjuna's Cake



Gambar 3. Melakukan pendampingan dan pelatihan desain produk dan bentuk kemasan

#### 1. Desain produk dan bentuk kemasan

Desain produk dan kemasan adalah dua aspek krusial dalam pemasaran suatu produk. Desain produk mencakup estetika, fungsionalitas, dan keunikan suatu produk, sementara desain kemasan melibatkan penentuan tampilan dan perlindungan fisik produk melalui kemasan. Sering terjadi calon konsumen tidak

membeli produk hanya karna design kemasan yang tidak menarik. Begitu juga sebaliknya banyak calon konsumen membeli produk yang memiliki design kemasan yang menarik atau unik walaupun harga jauh lebih mahal. Itu artinya,



kemasan berpengaruh terhadap keputusan konsumen. Kedua aspek ini saling terkait dan berkontribusi pada kesuksesan produk di pasar. Desain produk yang menarik dan fungsional dapat meningkatkan nilai produk, sementara desain kemasan yang efektif membantu membangun citra merek dan melindungi produk dari kerusakan. Dalam konteks UMKM seperti Arjuna's Cake, desain produk dan kemasan dapat menjadi faktor kunci dalam menarik konsumen dan bersaing di pasar.

Gambar 4. Hasil design branding kemasan dan logo Arjuna's cake

## 2. Foto Produk

Mengambil foto produk merupakan tindakan memotret produk dengan ide yang menarik dan kreatif. Tujuannya adalah untuk meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen. Kami membutuhkan bantuan tim untuk melakukan pengambilan foto produk karena sebelumnya kami merasa kurang memadai dalam aspek tersebut.



Gambar 5. Hasil foto produk Arjuna's cake

## 3. Banner

Banner merupakan bentuk media visual promosi yang umumnya berupa spanduk atau poster yang didesain untuk menarik perhatian dan menyampaikan pesan kepada audiens. Tempat pemasangan banner biasanya dipilih secara strategis, seperti di toko, acara pameran, atau area publik lainnya. Penggunaan banner sering menjadi bagian dari strategi pemasaran dengan tujuan meningkatkan kesadaran merek, mempromosikan produk atau layanan, atau mengumumkan acara khusus.

Ciri khas dari banner melibatkan desain yang menarik, informasi yang jelas, dan pesan yang mudah dipahami. Ukuran dan bentuk banner dapat bervariasi tergantung pada kebutuhan dan lokasi pemasangan. Selain itu, banner dapat mencakup unsur visual seperti gambar, logo, dan grafis, serta teks yang informatif dan mengundang.

Dalam konteks UMKM Arjuna's Cake yang fokus pada penjualan kue, banner dapat digunakan untuk memamerkan beragam produk kue yang ditawarkan, menyoroti keunikan dan kualitasnya, serta menarik minat konsumen. Banner juga dapat berperansebagai alat branding, membantu menciptakan identitas visual yang kuat dan mudah diingat oleh pelanggan.

Penting untuk mempertimbangkan elemen desain yang estetis dan informatif agar banner dapat efektif dalam mencapai tujuannya, yaitu menarik perhatian, menyampaikan pesan, dan mendorong tindakan dari calon pelanggan.

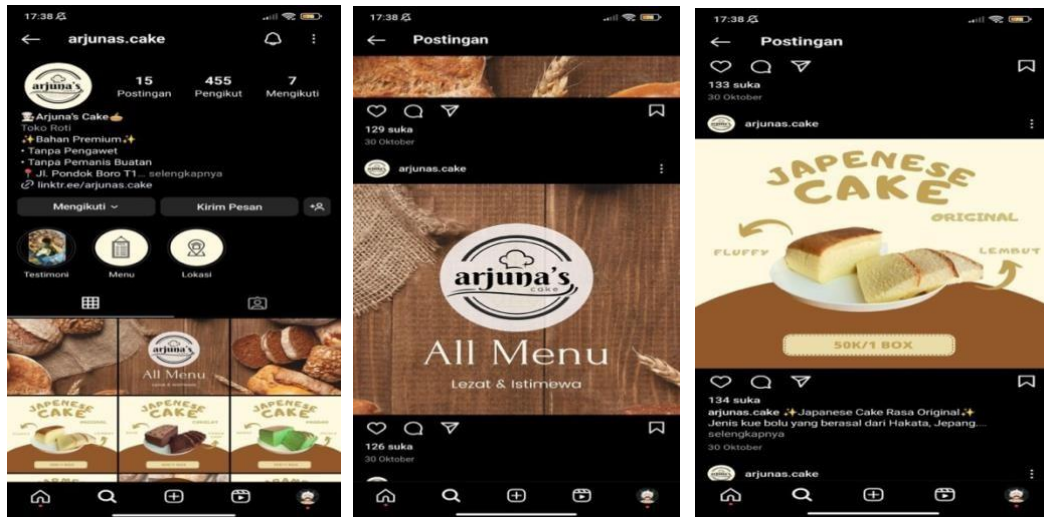


Gambar 6. Hasil design banner UMKM Arjuna's cake

#### 4. Monitoring dan evaluasi

Pada tahap ini, tim Bina Desa melakukan evaluasi menyeluruh terhadap dampak yang dihasilkan oleh pelatihan desain produk dan kemasan yang telah diimplementasikan. Dengan menerapkan desain yang lebih sederhana dan kemasan yang mampu menjaga kualitas produk sambil tetap menarik perhatian, hasil evaluasi menunjukkan bahwa program ini membawa dampak yang positif. Produk berhasil membangun kedekatan lebih lanjut dengan masyarakat secara umum. Kehadiran akun bisnis di platform mediasosial, seperti Instagram atau akun usaha, juga berfungsi sebagai sarana efektif untuk memperkenalkan merek UMKM Arjuna's Cake kepada khalayak luas.

Meskipun jenis produk yang dijual terbatas pada kue basah, namun keberadaan desain yang menarik memberikan dampak positif yang signifikan. Hal ini tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat tentang produk, tetapi juga meningkatkan daya tarik khusus yang membedakan produk tersebut dari pesaing. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penerapan desain produk dan kemasan yang tepat membawa hasil yang menguntungkan bagi UMKM Arjuna's Cake.



Gambar 7. Monitoring media social untuk mengetahui respon masyarakat lebih luas

## KESIMPULAN

Dari hasil pelatihan desain produk, bahan, dan bentuk kemasan untuk meningkatkan penjualan UMKM Arjuna's Cake, dapat disimpulkan bahwa upaya tersebut memberikan dampak positif. Desain yang lebih sederhana dan kemasan yang berfungsi baik telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan daya tarik produk dan pengenalan merek di kalangan masyarakat. Melalui keberadaan akun bisnis di Instagram, brand UMKM Arjuna's Cake dapat lebih dikenal oleh khalayak luas, bahkan dengan produk berupa minuman herbal tradisional.

**Lanjutkan Peningkatan Desain dan Kemasan:** Teruslah mengembangkan dan memperbarui desain produk serta kemasan untuk menjaga daya tarik dan kesesuaian dengan tren pasar yang terus berubah.

**Optimalkan Pemanfaatan Media Sosial:** Tingkatkan kehadiran dan aktivitas pada akun bisnis di Instagram atau platform media sosial lainnya untuk memperluas jangkauan pemasaran dan interaksi dengan pelanggan potensial. Pertahankan Kerjasama dengan Pihak Terkait: Lanjutkan kerjasama yang baik dengan pihak terkait seperti pemerintah, lurah, dan kelompok Bina Desa untuk mendukung kelangsungan program dan pengembangan UMKM Arjuna's Cake.

**Terus Berikan Pelatihan dan Dukungan:** Sediakan pelatihan dan dukungan lanjutan kepada UMKM Arjuna's Cake serta kelompok Bina Desa untuk memastikan keberlanjutan dan peningkatan dalam aspek desain produk dan kemasan.

Dengan implementasi rekomendasi-rekomendasi tersebut, diharapkan

UMKM Arjuna's Cake dapat terus berkembang dan meraih kesuksesan yang berkelanjutan dalam meningkatkan penjualan produknya.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih, terutama kepada Menteri Pendidikan dan Pemerintah yang telah memberikan serta membantu pendanaan dalam program MBKM Bina Desa ini. Selain itu, penghargaan juga disampaikan kepada Bapak Ahmad Ridho Anshori, S.STP, yang menjabat sebagai lurah di Kelurahan KaliRungkut, Bapak Ketua RW 12 Kali Rungkut, Ibu Dr. Dewi Khrisna Sawitri, S.S., S.Psi., M.Si. yang menjadi Dosen Pembimbing Lapangan (DPL) Bina Desa Kali Rungkut, UMKM Arjuna's Cake, dan kelompok Bina Desa KaliRungkut atas kerjasama yang baik dalam pelaksanaan kegiatan Bina Desa dan penulisan jurnal berjudul "Pelatihan Desain Produk, Bahan, dan Bentuk Kemasan untuk Meningkatkan Penjualan UMKM Arjuna's Cake".

### DAFTAR PUSTAKA

- Bahri, B., Sari, N. P., & Alamsyah, F. (2023). Pelatihan Desain Kemasan (Packaging) Dan Digital Marketing Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Kapanewon Turi. *As-Sidanah : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 15–31. <https://doi.org/10.35316/assidanah.v5i1.15-31>
- Prasetyawati, M., Sudarwati, W., Jaharuddin, Nelfiyanti, Setiawan, A., & Saputra, A. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Pada Umkm Olahan Makanan Di Kelurahan Kelapa Dua Wetan. *Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat*, 1–5.
- Fauziyyah, P. A., Rashida, F. A., & Arif, L. (2023). Pembuatan NIB Dan Aplikasi Google Maps Dalam Pengembangan UMKM Desa Kebondalem Kabupaten Jombang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 4(3), 1837–1847.
- Suhardi, D. (2019). Optimalisasi Keterampilan Pembuatan Kemasan Untuk Meningkatkan Pemasaran Produk Pada Ukm Pembuat Tape Di Desa Cibeureum, Kabupaten Kuningan. *Empowerment : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(02), 116–128. <https://doi.org/10.25134/empowerment.v2i02.2105>
- Irawan, D., & Affan, M. W. (2020). PENDAMPINGAN BRANDING DAN PACKAGING UMKM IKATAN PENGUSAHA AISYIYAH DI KOTA MALANG. *Jurnal Pengabdian dan Peningkatan Mutu Masyarakat (Janayu)*, 1(1). <https://doi.org/10.22219/janayu.v1i1.11188>
- Khairani, S., & Pratiwi, R. (2018). Peningkatan Omset Penjualan Melalui Diversifikasi Produk dan Strategi Promosi Pada UMKM Kerajinan Souvenir Khas Palembang. *CARADDE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 36–43. <https://doi.org/10.31960/caradde.v1i1.18>
- Kusumah, W. I., Kusumawati, D. N. I., Wibisono, W., & Darma, A. D. (2021). DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM BIR PLETOK SEBAGAI BRANDING MENINGKATKAN CITRA MINUMAN KHAS TRADISIONAL JAKARTA DI MASA COVID-19. *New Media*.