

# Community Insight : Jurnal Pengabdian Masyarakat

Volume: 01 Nomor 02 Desember 2024

## Pelatihan dan Pendampingan Kemasan, Design dan Label Produk UMKM Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru Riau

Putriana <sup>1\*</sup>, Astuti Meflinda <sup>2</sup>, Dewi Diniati <sup>3</sup>, Meri Sandora <sup>4</sup><sup>1,2,3,4</sup> Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

\*Corresponding author: putriana@uin-suska.ac.id

### ARTICLE INFO

Submitted: 04-11-2024

Accepted: 24-12-2-24

Published: 31-12-2024

### Keywords:

**Training; Mentoring;****Packaging; Design;****Product Labels**

### Kata Kunci:

**Pelatihan;****Pendampingan;****Kemasan; Design; Label****Produk**

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

### ABSTRACT

Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) in Tuah Madani Village, Pekanbaru, Riau Province have produced various types of wet food products, snacks, liquid dish soap, and handicrafts, but the packaging of the products produced is still very simple and does not have a label that attracts consumers. This situation is due to the lack of knowledge and creativity and MSME actors about packaging, design and attractive product labels. Therefore, it is very necessary to provide training and assistance in making packaging, design and labels on products. The target group is MSME actors in Tuah Madani Village, Pekanbaru. The training and mentoring method is carried out in three stages, namely the first stage of discussion, the second stage of providing training materials and the third stage of practice. This activity provides results for MSME actors, namely clean, attractive and quality packaging, design and product labels.

### ABSTRAK

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru Provinsi Riau telah menghasilkan berbagai jenis produk makanan basah, cemilan, sabun cuci piring cair dan kerajinan tangan tetapi pengemasan produk yang dihasilkan masih sangat sederhana dan belum memiliki label yang menarik konsumen. Keadaan ini disebabkan minimnya pengetahuan dan kreatifitas dan pelaku UMKM tentang pengemasan, design dan label produk yang menarik. Maka untuk itu, sangat perlu diadakan pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan, design dan label pada produk. Kelompok sasaran adalah pelaku UMKM di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru. Metode pelatihan dan pendampingan dilakukan dengan tiga tahapan yaitu tahap pertama melakukan diskusi, tahap kedua memberikan materi pelatihan dan tahap ketiga praktek. Kegiatan ini memberikan hasil bagi pelaku UMKM yaitu kemasan, design dan label produk yang bersih, menarik dan berkualitas.

## 1. PENDAHULUAN

Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru Provinsi Riau telah ada sejak tahun 2018. UMKM telah menghasilkan berbagai jenis produk makanan basah, cemilan, sabun cuci piring cair dan kerajinan tangan. Produk yang dihasilkan sangat menjanjikan bagi yang pelaku UMKM karena enak dan dibutuhkan oleh rumah tangga dan masyarakat. Pelaku UMKM telah memiliki pelanggan tetap dan produksi yang dihasilkan cukup laris dipasaran. Namun, didunia pemasaran akan selalu ada kompetitor yang memproduksi produk yang

sama dengan inovasi, rasa yang lebih enak, ukuran yang cantik, harga yang lebih ekonomis dan kemasan serta label yang menarik sehingga produk yang dihasil oleh kompetitor lebih mampu untuk bersaing dengan produk sejenis lainnya, laris serta laku dipasaran.

UMKM akan berjalan lancar, rapi dan sukses memerlukan manajemen wirausaha yang tertata dan terencana dengan baik dan terstruktur sehingga proses produksi dan pemasaran produk berjalan sesuai dengan yang direncanakan dan diinginkan. Kondisi ini menuntut pelaku UMKM untuk lebih kreatif untuk membuat model kemasan yang rapi, bersih dan menarik. Penampilan produk yang bersih dan menarik akan mempengaruhi minat konsumen dalam membeli produk yang dihasilkan. Untuk itu, pelaku UMKM harus bisa mengemas produk yang dihasilkan dan mengenalkannya dipasaran melalui memberikan label pada produk. Setelah dilakukan pengemasan yang baik dan diberikan label terhadap produk yang dihasilkan akan meningkatkan jumlah pembeli atau pelanggan dan produk mudah dikenal di pasar (Fuadi & YM, 2023).

Ketertarikan konsumen dalam membeli produk dimulai dari respon positif terhadap kemasan produk. Kemasan yang menarik akan memberikan gambaran kualitas produk yang akan dibeli konsumen dan menjadi pembeda diantara produk sejenis (Sari & In, 2013). Produsen dan konsumen dapat melakukan komunikasi dengan tampilan kemasan produk yang dihasilkan (Lusianingrum et al., 2021). Dalam buku ("*Manajemen Usaha Kecil*," 2010) menyebutkan pengemasan merupakan kegiatan merancang, mendapatkan wadah dan pembungkus produk yang dihasilkan yang berguna dalam meningkatkan citra produk yang menjadi daya tarik bagi konsumen, seperti: melindungi produk dari kerusakan, kebocoran, kehilangan, praktis, ekonomis, mudah dibawa/ disimpan. Ukuran disesuaikan dengan keinginan konsumen, menggambarkan merk, kualitas, rasa atau kombinasi dan memiliki citra serta aspek tertentu.

Merk merupakan identitas yang dapat membedakan suatu produk dengan produk lainnya dan menjadi pembeda antara produk dengan produk pesaingnya. Proses menciptakan, mengingat dan mempertahankan merk dapat dilakukan melalui media atau visual branding. *Visual branding* mempunyai kesanggupan dalam menyampaikan pesan lebih identik dan mempertahankan fitur utama desain yang dibuat untuk mewujudkan tujuan dan keinginan konsumen yang akan membeli dan menggunakan produk (Lailatul Mufidah, 2021).

Merk berupa nama, istilah, lambang atau kombinasi dari semua yang diinginkan produk dan tujuan dari pemberian merk adalah untuk memudahkan dalam identifikasi dan penanganan produk, melindungi keutuhan produk supaya tidak ditiru oleh pesaing, memudahkan konsumen untuk mendapatkan produk dan dasar diferensiasi harga. Gambaran tentang manfaat produk, mutu produk, kemudahan dalam pengucapan, dikenal, diingat dan kemudahan dalam membedakan produk dijadikan pertimbangan dalam pemilihan merk adalah:

Label produk yang terdapat pada kemasan merupakan bukti penting bagi konsumen saat akan memilih produk yang dibeli konsumen dan label berperan penting dalam meningkatkan merk suatu produk dengan produk lainnya (Nugroho & Susila, 2024). Dalam buku ("*Manajemen Usaha Kecil*," 2010), label adalah bagian dari kemasan yang dapat dijadikan informasi tercetak yang terlekat pada kemasan yang memuat tentang produk yang fungsinya untuk identifikasi produk/merk, menjelaskan tingkat mutu, menerangkan tentang produk dan mempromosikan produk.

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara yang dilakukan terhadap pelaku UMKM di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru terlihat kondisi pengemasan produk UMKM yang dihasilkan masih sangat sederhana dan belum memiliki label yang menarik konsumen apabila hasil produksi tersebut dipasarkan. Fenomena ini terjadi disebabkan minimnya kreatifitas dan pengetahuan pelaku UMKM tentang pentingnya pengemasan produk yang menarik serta memberikan label supaya produk mampu bersaing dan bisa dikenal di pasaran.

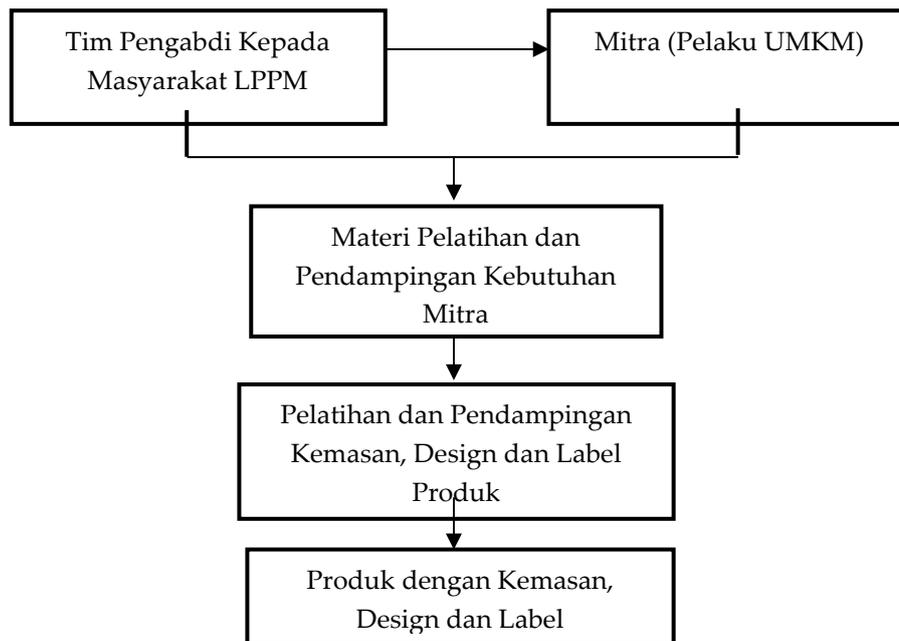
Oleh sebab itu, pelaku UMKM sebagai mitra memerlukan pelatihan dan pendampingan tentang pengemasan produk yang bersih, design yang menarik dan pemberian label produk melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan oleh dosen Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## 2. METODE

## 2.1 Kerangka Pemecahan Masalah

Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan oleh tim pengabdian dengan mitra yaitu pelaku UMKM dengan melakukan pendampingan dan pelatihan cara pengemasan produk yang sudah diproduksi oleh UMKM dan memberikan label supaya produk yang dihasilkan bisa dikenal dan mampu untuk bersaing dipasar. Pelaku UMKM memiliki pengetahuan dan kemampuan pembuatan kemasan dan labelling produk yang dihasilkan sehingga pelaku UMKM dapat membuat kemasan yang baik, design yang menarik dan pemberian label sehingga produk yang dihasilkan bisa tampil dengan kemasan dan label yang menarik konsumen dan mampu bersaing dipasar. Kerangka pemecahan masalah dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat dilihat dari gambar berikut:

Gambar 1. Kerangka Pemecahan Masalah



## 2.2 Kelompok Sasaran Antara yang Strategis

Sasaran dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pelaku UMKM yang berada di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru dan kegiatan diadakan di kantor lurah kelurahan tersebut

## 2.3 Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam kegiatan pendampingan dan pelatihan ini berupa pemaparan, simulasi, demonstrasi dan praktek langsung secara klasikal yang dilakukan dalam tiga tahapan yaitu:

**Tahap pertama**, yaitu:

- Mempersiapkan materi pelatihan bersama dengan tim pengabdian dari melakukan survey awal yang dilakukan terhadap mitra.
- Melakukan diskusi tentang kebutuhan pelaku UMKM dalam melaksanakan proses pengemasan, desain dan membuat label produk.

**Tahap kedua**, yaitu:

- Memberikan materi pengetahuan dan membuka wawasan mitra tentang pentingnya kemasan, desain dan label pada produk.
- Pelatihan mengenai pengemasan, desain dan label melalui diskusi dan praktek langsung dengan pelaku UMKM.

**Tahap ketiga**, yaitu dengan mengevaluasi hasil pelatihan dan pendampingan mengenai pembuatan kemasan, desain dan label produk. Tahap ketiga ini melihat hasil dari pembuatan kemasan dan label yang menunjang kualitas dan pemasaran produk UMKM yang dihasilkan.

## 2.4 Rancangan Evaluasi

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, ada beberapa kriteria yang menjadi tolak ukur dasar untuk pencapaian dari kegiatan ini yaitu:

1. Pelaku UMKM harus mengikuti kegiatan pendampingan dan pelatihan ini dengan baik.
2. Pelaku UMKM harus memahami bagaimana mengemas produk dengan baik dan memberinya label yang menarik
3. Pelaku UMKM mempunyai niat dan kemauan yang kuat untuk mempraktekkan sendiri dari program pendampingan dan pelatihan yang telah diberikan dan dilaksanakan

Indikator untuk mencapai tujuan dari pelaksanaan pengabdian masyarakat yang dilakukan adalah:

1. Pelaku UMKM mengisi registrasi dan mengikuti pelatihan dengan baik sampai selesai.
2. Pelaku UMKM memahami setiap tahapan dalam proses pengemasan dan label produk.
3. Pelaku UMKM mampu mempraktekkan pengemasan dan label produk yang dihasilkan.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Realisasi Pemecahan Masalah**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini merupakan pelatihan dan pendampingan kemasan, design dan label produk pada UMKM di Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru yang langsung dipraktekkan oleh pelaku UMKM dan didampingi oleh para tim pengabdian.

#### **3.2 Kelompok Sasaran Antara yang Strategis**

Pelatihan dan pendampingan dilaksanakan di kantor lurah Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru yang dihadiri oleh Kepala Kelurahan dan pelaku UMKM kelurahan Tuah Madani yang berjumlah sebanyak 20 (dua puluh) orang.

#### **3.3 Metode Pelaksanaan**

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini terdiri dari beberapa tahapan:

Tahap Pertama

- a. Tim pengabdian pada tahap survey kelokasi adalah untuk melihat kondisi dan menemui pihak terkait dengan tujuan untuk melakukan kerjasama dan kesepakatan untuk melakukan pengabdian masyarakat. Survey ini menghasilkan kesepakatan jumlah pelaku UMKM yang akan mengikuti pelatihan dan pendampingan, waktu pelaksanaan pelatihan dan tempat.
- b. Melakukan diskusi dengan pelaku UMKM tentang kegiatan pelatihan pendampingan kemasan, design dan label produk. Dalam diskusi ini dibahas mengenai proses pengemasan, design dan membuat label produk yang dilakukan sekarang dan apa saja kendala serta masalah yang dihadapi oleh pelaku UMKM dalam proses tersebut.

Tahap Kedua

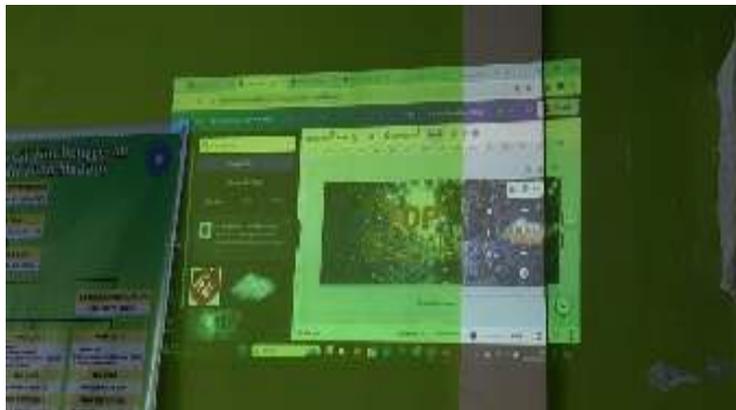
- a. Memberikan materi pelatihan dan pendampingan tentang produk, kemasan, design dan label terhadap produk yang dihasilkan oleh pelaku UMKM Kelurahan Tuah Madani Pekanbaru. Materi yang diberikan mengenai bagaimana cara meningkatkan usaha yang sudah dijalani selama ini. Salah satu caranya adalah dengan membuat produk yang berkualitas. Kualitas produk terlihat dari tampilan kemasan yang bersih serta higienis, design yang menarik dan label yang akan menunjang kualitas produk sehingga akan menarik minat konsumen untuk membelinya.
- b. Tim pengabdian dalam memberikan pelatihan ini menjelaskan secara langsung tahap pembuatan kemasan, design dan label terhadap produk dan mitra langsung mempraktekkan sesuai dengan arahan dan petunjuk dari tim pengabdian. Selain itu, tim pengabdian juga membantu membuat kemasan, design dan label pada produk yang sudah dihasilkan oleh mitra. Kemasan yang dihasilkan kelihatan lebih rapi, bersih dan lebih menarik.

Gambar 1. Kegiatan Memberikan Pelatihan dan Pendampingan



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

Gambar 2. Penjelasan Proses Pembuatan Kemasan, Design dan Label Produk



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

Gambar 2. Praktek Pembuatan Kemasan, Design dan Label Produk



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

### **Tahap Ketiga**

Realisasi hasil pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan, design dan label adalah:

- a. Kemasan yang ditampilkan jauh lebih rapi, cantik dan bersih dari sebelumnya. Dalam kemasan yang baru dihasilkan terdapat jenis produk, bahan pembuat produk dan informasi tentang produsen seperti nomor telepon pemilik produk.

- b. Kemasan yang menarik dan informasi produsen yang jelas akan meningkatkan kualitas produk dan memperluas jangkauan pemasaran. Diharapkan hal ini akan dapat meningkatkan penjualan pelaku UMKM sebagai mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

Gambar 3. Kemasan, Design dan Label Produk Setelah Pelatihan



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

### **3.4 Pencapaian Hasil Kegiatan (Evaluasi)**

Evaluasi diperlukan untuk mengukur pencapaian dari kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan dengan cara memberikan angket atau kuesioner sebelum mitra diberikan pelatihan dan pendampingan dan setelah pelatihan dan pendampingan. Pemberian angket atau kuesioner ini bertujuan untuk mengukur dan melihat pemahaman dan kemampuan mitra terhadap pelatihan dan pendampingan pembuatan kemasan, design dan label produk yang mitra hasilkan.

Pertanyaan evaluasi yang diberikan kepada mitra adalah:

1. Apakah bapak/ibu pelaku UMKM sudah membuat kemasan, design dan label pada produk yang dihasilkan?
2. Menurut bapak/ibu, apakah penting kemasan, design dan label pada produk yang dihasilkan?
3. Menurut bapak/ibu, apakah kemasan, design dan label dapat meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan?

Pelaku UMKM sudah membuat kemasan, design dan label pada produk yang dihasilkan tetapi masih sangat sederhana dan pelaku UMKM menyadari bahwa kemasan, design dan label yang baik dan menarik akan menjadikan produk dihasilkan lebih bersih, menarik dan mudah dikenal oleh konsumen dan meningkatkan hasil penjualan.

Gambar 4. Pelaku UMKM setelah Pelatihan dan Pendampingan



Sumber: Dokumentasi Kegiatan, 2024

#### **4. KESIMPULAN**

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjalan dengan baik dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Pelaku UMKM selaku mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini sudah bisa membuat kemasan, design dan label pada kemasan produk yang dihasilkan. Kemasan yang dihasil sudah mencantumkan jenis produk, bahan pembuat produk dan informasi yang jelas tentang produsen. Diharapkan dengan adanya kemasan produk baru yang dihasilkan akan dapat meningkatkan hasil penjualan.

#### **REFERENSI**

- Fuadi, A., & YM, K. (2023). Manajemen Usaha Dan Pembuatan Kemasan Serta Labeling Home Industri Kue Basah Pada Usaha Kelompok Desa Pematang Serai Kec. Tanjung Pura Kabupaten Langkat. *Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(Agsutus), 48–56.
- Lailatul Mufidah. (2021). Penerapan Strategi Bauran Pemasaran 7P dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada Sambel Layah Arcawinangun). 7(3), 6.
- Lusianingrum, F. P. W., Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2021). Pelatihan labeling kemasan produk UMKM mitra binaan Posyantek Al-Ikhlas. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(2), 624–632.
- Manajemen Usaha Kecil. (2010). In *Buku 4*. Kementrian Pendidikan Nasional.
- Nugroho, W. C., & Susila, M. R. (2024). Pelatihan Kemasan, Design dan Label Produk Bagi Pelaku UMKM Di Kecamatan Bubutan Kota Surabaya. *Kolaborasi Dan Novasi IPTEKS*, 2(2), 486–491.
- Sari, D., & In, N. L. D. (2013). ELEMEN VISUAL KEMASAN SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PRODUK. *Komunikasi PROFETIK*, 6(1), 43–52.