

PENDAMPINGAN DESAIN STIKER DAN KEMASAN PADA UMKM DESA CEMPAKA

Iin Sakinah¹, Khairani Firda Fadilah², Dito Dwi Putranto³, Abi Yoga Perdana⁴, Hanan Fairuz Izdihar⁵

¹²³Manajemen, Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Bangsa

⁴Ilmu Hukum, Hukum, Universitas Bina Bangsa

⁵Teknik Industri, Sains dan Teknologi, Universitas Bina Bangsa

Jalan Raya Serang-Jakarta KM 03 No. 1B, Pakupatan, Kecamatan Cipocok Jaya, Kota Serang, Banten, Indonesia

iinsakinah0504@gmail.com, khairanifirdafadilah@gmail.com, ditodwii075@gmail.com,

Abiyogaperdana01@gmail.com, hananhfi12@gmail.com

Abstract

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) are one of the key pillars supporting Indonesia's economic growth. However, most MSME operators still rely on conventional marketing systems with simple and unattractive product packaging, resulting in suboptimal competitiveness, market reach, and product value. This situation is also evident among MSMEs in Cempaka Village, Warunggunung Subdistrict, which have significant potential for growth but still face challenges regarding product visual identity and packaging design. This community service initiative aims to develop product sticker and packaging designs as a strategy to strengthen visual identity, thereby enhancing the competitiveness, added value, and market value of SME products. The methods employed included surveys, observations, interviews, design development, and implementation guidance for SME operators. The results of the activity show that guidance on sticker and packaging design development was able to produce a more attractive, informative, and professional product appearance. In addition, this activity contributed to strengthening brand identity, improving the visual quality and aesthetic value of products, and increasing the competitiveness of MSMEs. Thus, the development of stickers and packaging can be an effective strategy in supporting product marketing while increasing the added value and sustainability of MSME businesses.

Keywords: MSMEs, community service, stickers, packaging.

Abstrak

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Meskipun demikian, sebagian besar pelaku UMKM masih menerapkan sistem pemasaran secara konvensional dengan kemasan produk yang sederhana dan kurang menarik, sehingga daya saing, jangkauan pemasaran, serta nilai jual produk belum optimal. Kondisi tersebut juga ditemukan pada UMKM di Desa Cempaka, Kecamatan Warunggunung, yang memiliki potensi cukup besar untuk berkembang, namun masih menghadapi kendala pada aspek identitas visual produk dan desain kemasan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengembangkan desain stiker dan kemasan produk sebagai strategi penguatan identitas visual guna meningkatkan daya saing, nilai tambah, dan nilai jual produk UMKM. Metode yang diterapkan meliputi survei, observasi, wawancara, perancangan desain, serta pendampingan implementasi kepada pelaku UMKM. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendampingan pengembangan desain stiker dan kemasan mampu menghasilkan tampilan produk yang lebih menarik, informatif, dan profesional. Selain itu, kegiatan ini berkontribusi terhadap penguatan identitas merek, peningkatan kualitas visual dan nilai estetika produk, serta peningkatan daya saing UMKM. Dengan demikian, pengembangan stiker dan kemasan dapat menjadi salah satu strategi yang efektif dalam mendukung pemasaran produk sekaligus meningkatkan nilai tambah dan keberlanjutan usaha UMKM.

Kata Kunci: UMKM, pengabdian kepada masyarakat, stiker, kemasan.

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran paling penting dalam mendorong perekonomian Indonesia. UMKM menjadi salah satu sektor yang berperan penting dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat dan perhatian utama di negara-negara berkembang. Keberadaan UMKM turut berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan, sehingga dapat membantu meningkatkan kesejahteraan serta taraf hidup masyarakat, khususnya kelompok masyarakat berpenghasilan rendah [1].

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan pasar, pelaku UMKM perlu meningkatkan kualitas produk serta menerapkan strategi pemasaran yang mampu menyesuaikan dengan kebutuhan dan preferensi konsumen. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat daya saing produk adalah membangun identitas visual melalui penggunaan desain label dan kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik produk.

Secara umum, kemasan merupakan bagian luar suatu produk yang berfungsi sebagai wadah sekaligus memberikan perlindungan terhadap produk dari benturan, kondisi cuaca, maupun kontak dengan benda lainnya. Pengemasan dilakukan untuk menjaga keamanan dan kualitas isi produk selama proses penyimpanan, distribusi, hingga sampai kepada konsumen. Selain memiliki fungsi perlindungan, kemasan juga dirancang dengan tampilan visual tertentu untuk memperkenalkan produk dan menyampaikan informasi atau pesan kepada konsumen secara jelas dan menarik [2].

Desa Cempaka memiliki potensi dalam pengembangan usaha mikro melalui berbagai produk olahan masyarakat. Berdasarkan hasil observasi awal, terdapat beberapa pelaku UMKM yang menjalankan usaha makanan, di antaranya dua UMKM yang bergerak dalam produksi keripik singkong. UMKM tersebut memiliki produk yang berpotensi untuk dikembangkan, namun masih menghadapi kendala dalam aspek tampilan produk, khususnya penggunaan stiker label dan kemasan yang belum optimal. Kondisi tersebut menyebabkan identitas produk belum terlihat secara kuat dan daya tarik visual produk masih dapat ditingkatkan.

Hasil berbagai kajian dan kegiatan pengabdian sebelumnya menunjukkan bahwa desain kemasan memiliki peranan penting dalam membentuk persepsi konsumen sekaligus

meningkatkan daya saing produk UMKM. Hasil kegiatan terdahulu menunjukkan bahwa pendampingan dalam pengembangan kemasan produk dapat meningkatkan pemahaman pelaku UMKM sebagai salah satu strategi pemasaran untuk meningkatkan daya tarik dan daya saing produk [3].

Pelaksanaan kegiatan ini didasarkan pada adanya kesenjangan antara potensi produk yang dimiliki UMKM dengan tampilan dan identitas visual produk yang digunakan. Oleh karena itu, pengembangan stiker label dan kemasan dipandang sebagai salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan nilai tambah terhadap produk sekaligus mendukung peningkatan daya saing UMKM. Melalui kegiatan pendampingan ini, diharapkan pelaku UMKM di Desa Cempaka mampu memiliki identitas produk yang lebih kuat, meningkatkan kualitas tampilan produk, serta mengembangkan strategi pemasaran yang lebih baik dan berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi dua UMKM di Desa Cempaka dalam mengembangkan desain stiker label dan kemasan produk keripik singkong. Kegiatan ini diharapkan memberikan manfaat berupa peningkatan kualitas tampilan produk, penguatan identitas merek, serta peningkatan pemahaman pelaku UMKM mengenai pentingnya kemasan dan branding dalam pemasaran. Bagi pelaku usaha, hasil pendampingan dapat digunakan sebagai media untuk memperkenalkan produk secara lebih profesional dan meningkatkan daya tarik produk di hadapan konsumen.

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada 20–26 Juli 2026 di Desa Cempaka, Kecamatan Warunggunung, dengan pelaku UMKM yang bergerak pada bidang produksi keripik singkong. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, perancangan desain, pendampingan, dan evaluasi. Tahap pertama adalah observasi untuk mengetahui kondisi usaha, karakteristik produk, serta jenis kemasan yang digunakan.

Tahap kedua adalah wawancara yang dilakukan dengan pelaku UMKM untuk memperoleh informasi mengenai nama produk, identitas usaha, karakteristik produk, target konsumen, informasi yang perlu dicantumkan pada label, serta kebutuhan desain kemasan.

Tahap ketiga adalah perancangan desain stiker dan kemasan berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Perancangan dilakukan dengan mempertimbangkan karakteristik produk, unsur identitas merek, keterbacaan informasi, komposisi visual, serta aspek estetika kemasan.

Tahap keempat adalah pendampingan secara langsung kepada pelaku UMKM dalam penerapan desain stiker pada kemasan produk, disertai penjelasan mengenai fungsi stiker dan kemasan sebagai identitas produk. Tahap terakhir adalah evaluasi dengan mengamati perubahan tampilan produk sebelum dan sesudah penerapan desain serta memperoleh tanggapan dari pelaku UMKM terhadap hasil pendampingan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan oleh bidang Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat, UMKM, Koperasi, dan Ekonomi Kreatif Universitas Bina Bangsa di Desa Cempaka, Kecamatan Warunggunung. Berdasarkan hasil observasi awal, terdapat sebuah UMKM di Desa Cempaka yaitu Keripik Singkong. UMKM tersebut telah menjalankan usahanya dalam waktu yang cukup lama dan telah memiliki nama merek masing-masing. Namun, UMKM tersebut masih menghadapi kendala dalam hal desain stiker dan kemasan yang belum terlihat profesional.

Kondisi tersebut menyebabkan produk Keripik Singkong belum memiliki identitas visual yang kuat dan khas untuk merepresentasikan karakteristik produknya. Oleh karena itu, diperlukan adanya pembuatan desain stiker dan kemasan yang lebih menarik dan sesuai dengan kemasan karakteristik masing-masing produk melalui kegiatan pengabdian ini.

Pelaksanaan pendampingan desain stiker dan kemasan diawali dengan wawancara dengan pelaku UMKM untuk mengetahui identitas usaha, karakteristik produk, serta jenis kemasan yang digunakan. Pada awalnya, UMKM tersebut masih menggunakan kemasan plastik sederhana tanpa dilengkapi dengan stiker sebagai identitas produk. Kegiatan pengabdian ini telah mengusulkan penggantian kemasan produk menggunakan standing pouch, sehingga diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen. Penggunaan kemasan yang lebih menarik diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk UMKM di pasar [2].

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, dilakukan perancangan desain stiker dengan mempertimbangkan unsur visual, keterbacaan informasi, kesesuaian warna dan bentuk, serta karakteristik masing-masing produk agar mampu memberikan identitas yang lebih jelas dan meningkatkan daya tarik visual produk. Desain stiker UMKM Keripik Singkong di Desa Cempaka, Kecamatan Warunggunung, Kabupaten Lebak, sebagaimana terlihat pada Gambar



Gambar 1. Kemasan UMKM Keripik Singkong



Gambar 2. Stiker UMKM Keripik Singkong

Setelah perancangan desain stiker selesai, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan dan edukasi kepada pelaku UMKM mengenai manfaat penggunaan stiker dalam meningkatkan daya tarik produk bagi konsumen.



Gambar 3. Pendampingan bersama Pemilik UMKM Keripik Singkong

Pengembangan stiker label dan kemasan pada kedua UMKM menunjukkan bahwa aspek visual memiliki peran penting dalam mendukung pemasaran produk. Produk yang memiliki identitas visual yang jelas akan lebih mudah dikenali dan memiliki pembeda dibandingkan produk sejenis. Dalam konteks UMKM, penguatan identitas melalui stiker dan kemasan juga dapat menjadi langkah awal dalam membangun branding secara sederhana dan sesuai dengan kemampuan mitra.

Secara keseluruhan, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pendampingan desain kemasan dan stiker label efektif dalam meningkatkan identitas visual dan daya saing produk UMKM skala rumahan, khususnya di wilayah pedesaan yang masih memiliki keterbatasan akses terhadap layanan desain profesional.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan desain stiker dan kemasan pada UMKM di Desa Cempaka, Kecamatan Warunggunung, telah dilaksanakan melalui tahapan observasi, wawancara, perancangan desain, pendampingan, dan evaluasi. Hasil pendampingan menunjukkan bahwa pengembangan desain stiker dan kemasan mampu menghasilkan tampilan produk yang lebih menarik, informatif, dan memiliki identitas visual yang lebih jelas. Penggunaan kemasan yang lebih sesuai, termasuk penerapan *standing pouch* pada produk keripik singkong, juga menjadi salah satu upaya untuk meningkatkan daya tarik produk di mata konsumen.

Selain menghasilkan desain stiker dan kemasan, kegiatan ini memberikan pemahaman kepada pelaku UMKM mengenai pentingnya identitas visual, stiker, dan kemasan sebagai bagian dari strategi pemasaran dan penguatan branding produk. Dengan demikian, pendampingan desain stiker dan kemasan dapat menjadi salah satu langkah dalam meningkatkan kualitas visual dan nilai tambah produk UMKM. Kegiatan selanjutnya dapat dikembangkan melalui pendampingan pemasaran digital, penguatan branding, serta evaluasi secara kuantitatif terhadap perubahan jangkauan pemasaran dan penjualan setelah penerapan desain kemasan baru.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Adhitya and H. Kencana, "Pemberdayaan Umkm Poklahsar Bunda Madani Melalui Peningkatan Digital Marketing Dan Inovasi Kemasan," *WIKUACITYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 03, no. 01, pp. 36–43, 2024, doi: 10.56681/wikuacity.v3i1.154.
- [2] Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, and Anandha Sartika Putri, "Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri," *PaKMAs: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2, no. 2, pp. 347–353, 2022, doi: 10.54259/pakmas.v2i2.1268.
- [3] S. Sufaidah, Munawarah, N. Aminah, M. A. Prasasti, and D. Oktavianti, "Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing," *Ekonomi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 3, no. 3, pp. 152–156, 2022, doi: 10.37641/jadkes.v4i1.2423.