

Pendampingan Pembuatan Logo Dan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM Di Desa Paya Bili

Rahmiatul Aula^{1*}, Intan Maulida², Raudhatinur³, Ayu Anora⁴, Venna Maulida Mustika⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Bumi Persada

*Email korespondensi: rahmiatulaula@unbp.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk meningkatkan nilai jual produk UMKM yang dihasilkan oleh masyarakat desa Paya Bili. Pemberdayaan masyarakat dalam meningkatkan nilai jual produk melalui pelatihan pendampingan pembuatan logo dan inovasi kemasan produk yang akan dapat menarik minat pembeli dalam memilih produk. Adapun sasaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah pelaku usaha UMKM yang ada di desa Paya Bili. Pelatihan pembuatan logo dan inovasi kemasan ini diselenggarakan di balai desa Gampong Paya Bili Kecamatan Muara Dua Kota Lhokseumawe. Metode pelaksanaan kegiatan yaitu pemaparan materi, pelatihan (praktik), pendampingan, dan evaluasi. Hasil dari pelaksanaan kegiatan ini diharapkan para pelaku UMKM desa Paya Bili mempunyai pemahaman dan pengetahuan dalam membuat logo dan inovasi kemasan sehingga akan meminimalisir biaya jasa pembuatan logo dan kemasan tanpa harus menggunakan jasa percetakan dan mampu meningkatkan nilai jual dengan logo dan inovasi kemasan dan dapat bersaing dengan produk-produk yang serupa dipasar.

Kata kunci: Pemberdayaan Masyarakat, Pelatihan, UMKM.

PENDAHULUAN

Dalam ekonomi Indonesia, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung perputaran ekonomi dan penghidupan masyarakat karena kegiatan UMKM merupakan salah satu kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh sebagian besar masyarakat Indonesia sebagai tumpuan dalam memperoleh pendapatan (Faradila, 2023).

Data Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan UMK Kota Lhokseumawe bahwa terdapat 6.848 unit UMKM di Kota Lhokseumawe yang dirincikan bahwa sebanyak 6.438 unit termasuk dalam kriteria mikro, 439 unit dalam kriteria kecil, dan 60 unit dalam kriteria menengah yang bergerak di berbagai sektor strategis seperti perdagangan, pertanian, industri, perikanan, transportasi, dan peternakan.

Salah satu aspek yang tidak bisa diabaikan dalam dunia usaha, terutama industri atau penjual produk pangan adalah kemasan (packaging). Bahkan dalam kondisi persaingan usaha yang sangat kompetitif, selain harga dan kualitas produk, kemasan merupakan faktor penting dalam memenangkan dalam persaingan usaha (Maryama, 2018).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terdapat di Desa Paya Bili yang dominan memiliki usaha penjualan keripik singkong karena sebagian besar penduduk Paya Bili bekerja sebagai petani sehingga singkong yang dihasilkan dari kebun milik pribadi akan menghasilkan produk makanan yang dapat dipasarkan dan memiliki potensi yang signifikan

untuk diperluas. Namun, potensi ini masih belum dimanfaatkan dengan baik, dan beberapa tantangan masih menghambat perkembangan UMKM tersebut. Beberapa masalah yang dihadapi oleh UMKM ini antara lain: Keterbatasan dalam mengakses pasar yang lebih luas; Penggunaan metode pemasaran yang masih konvensional; Kemasan produk yang sederhana; dan Tidak adanya identitas logo yang kuat. Permasalahan-pemmasalahan ini muncul akibat dari minimnya pemahaman yang dimiliki oleh para pelaku UMKM mengenai pentingnya membangun identitas logo yang kuat untuk produk logoa, dan juga kurangnya pemahaman tentang pemanfaatan media dalam mengembangkan bisnis (Faradila, 2023).

Strategi pemasaran melalui branding dan packaging saat ini sangat viral untuk kesuksesan produk usaha. Persaingan dalam produk UMKM tidak hanya terbatas pada rasa dan inovasi, tetapi juga melibatkan inovasi dalam kemasan. Kemasan tidak hanya sebagai wadah, tetapi juga sebagai daya tarik yang unik bagi konsumen. Oleh karena itu, produk makanan UMKM perlu menciptakan kemasan yang kreatif dan inovatif untuk membedakan diri dari pesaing dan memberikan identitas produk yang jelas.

Kelompok Dosen Universitas Bumi Persada memiliki program unggulan yang berfokus pada branding UMKM dengan tujuan meningkatkan penjualan dan pemasaran melalui branding dan packaging. Diharapkan bahwa dengan adanya upaya branding dan packaging ini, produk UMKM di Desa Paya Bili akan meningkatkan penjualan dan pemasaran dengan identitas produk yang lebih kuat. Selain itu, perlu dilakukan optimalisasi dalam hal packaging UMKM melalui penyelenggaraan sosialisasi dan pelatihan. Adanya sosialisasi dan pelatihan tersebut diharapkan hasil keluaran berupa efisiensi dan optimalisasi usaha bisa tercapai. Sehingga mampu mewujudkan Desa Paya Bili menjadi desa yang mandiri dari hasil UMKM.

METODE

Pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan dengan melakukan observasi melalui pendataan usaha UMKM yang ada di desa Paya Bili, kunjungan ke tempat usaha dengan melihat produk yang dihasilkan oleh setiap UMKM, adanya diskusi/tanya jawab, dan pengecekan terhadap logo dan kemasan yang dipakai oleh UMKM. Evaluasi pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan metode monitoring hasil pemeriksaan dari setiap UMKM yang berada di Paya Bili.

Tempat pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat tentang Pendampingan Pembuatan Logo Dan Inovasi Kemasan Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM Di Desa Paya Bili, adapun kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 15 Oktober 2024, untuk observasi awal dilakukan dari tanggal 01 – 13 Oktober 2024 sebelum kegiatan dilaksanakan, dan adanya pendampingan UMKM dari mulai tanggal 16 – 31 Oktober 2024 setelah pelaksanaan kegiatan UMKM, jadi total waktu yang dibutuhkan adalah selama 30 hari. Adapun tim pelaksanaan PKM terdiri dari dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis sebanyak 4 orang.

Kegiatan PKM ini untuk memberikan pelatihan untuk mengembangkan usaha yang dikelola oleh UMKM desa Paya Bili untuk dapat membuat logo dan inovasi kemasan untuk meningkatkan nilai jual yang dapat menaikkan ekonomi bagi pelaku usaha. Metode pelaksanaan PKM yang digunakan, adalah :

1. Wawancara awal bagi setiap pelaku UMKM yang ada di desa Paya Bili mengenai produk yang dihasilkan.
2. Pemberian materi dalam bentuk ceramah dan presentasi. Pemateri berusaha menyampaikan materi sesuai dengan bahasa yang mudah dipahami oleh peserta. Adapun peserta yang menjadi bagian dalam kegiatan PKM ini adalah para pelaku usaha UMKM yang terdapat di desa Paya Bili.

3. Tanya Jawab berupa diskusi antara peserta pelatihan dengan tim pemateri mengenai materi yang telah dipresentasikan.
4. Pendampingan UMKM yaitu berupa pendampingan mengenai pengembangan logo dan kemasan setelah setelah pelatihan dilaksanakan.

HASIL, PEMBAHASAN, DAN DAMPAK

Presentasi materi dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini mengenai tatacara pembuatan logo melalui aplikasi Canva yang akan memudahkan dan meminimalisir pengeluaran karena membayar pembuatan logo di jasa percetakan, sehingga tim kami memberikan pengetahuan kepada UMKM cara mencetak logo yang telah dibuat secara mandiri, dan dapat membuat inovasi kemasan pada produk yang akan dijual dengan menggunakan kemasan Standing Pouch yang dapat memudahkan penyimpanan dan daya tahan produk yang lebih lama karena dominan produk yang dijual oleh UMKM di desa Paya Bili adalah produk makanan ringan yaitu keripik pisang dan bakpia. Setelaah dilakukan presentasi materi, para tim juga membuka sesi diskusi antara pelaku UMKM mengenai kendala sesuai dengan materi yang telah dibahas.



Gambar 1 : Tim PKM sedang memberi materi dan tanya jawab.

Selanjutnya setelah adanya pemaparan materi dan diskusi mengenai produk UMKM, pihak UMKM desa Paya Bili juga langsung membawa produk yang dijual untuk dapat dilihat langsung oleh pihak tim PKM Universitas Bumi Persada mengenai tampilan logo dan kemasan produk.



Gambar 2 : Kemasan Produk UMKM Desa Paya Bili.



Gambar 3 : Contoh logo Produk UMKM Desa Paya Bili

Sesi terakhir dalam rangkaian pelaksanaan pelatihan ini diakhiri dengan photo bersama Tim PKM dengan seluruh peserta pelatihan.



Gambar 4 : Photo Bersama Peserta dan Tim PKM

Setelah melakukan pelatihan ini, UMKM desa Paya Bili telah mampu membuat logo dan kemasan produk secara mandiri sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk yang akan berdampak pada kenaikan ekonomi masyarakat sekitar.

KESIMPULAN

Dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :(a). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) yang dilakukan telah tercapai target sasaran yaitu para pelaku usaha UMKM sudah mengetahui cara pembuatan logo dan inovasi kemasan yang lebih baik untuk digunakan pada produk UMKM. (b). Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat yang dilakukan telah tercapai target sasaran yaitu peningkatan pengetahuan dan keterampilan sehingga dapat meningkatkan nilai jual produk UMKM yang berdampak pada kenaikan ekonomi UMKM. (c). Masyarakat memberikan respon yang sangat baik dengan indikator capaian yaitu mereka langsung mencoba pembuatannya di rumah.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pelaksana kegiatan PKM mengucapkan terima kasih kepada Keuchik Paya Bili beserta jajarannya, mahasiswa KKN Desa Paya Bili, pelaku usaha UMKM desa Paya Bili serta pihak terkait dari Universitas Bumi Persada atas dukungan yang diberikan kepada tim pelaksana PKM dari mulai tahapan awal hingga terselesaikannya kegiatan PKM ini. Semoga kegiatan ini dapat memberi manfaat dan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada umumnya dan pembaca pada khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- F. Faradila & Kartini. (2023). *Implementation Of Branding And Packaging To Enhance Sales Of Micro, Small, And Medium Enterprises Products At Purwadadi Village*. Minda Baharu, volume 7, No 2. P-ISSN 2656-0631; E-ISSN 2614-5944, Hal. 266-276.
- S. Maryama, Yandri & Istimal. (2018). *Pelatihan Pembuatan Packaging Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Produk Umkm Di Kota Tangerang Selatan*. PKN STAN Press.