

Mengangkat Kreativitas Dan Daya Saing: Pendampingan Inovasi Desain Kemasan Produk UKM Cirebon

Arif Rinaldi Dikananda^{1*}, Edi Wahyudin², Siskawati³, Tiar Imam Muarif⁴, Nurilah⁵

¹Program Studi Rekayasa Perangkat Lunak, STMIK IKMI Cirebon, Kota Cirebon, Indonesia.

²Program Studi Komputerisasi Akuntansi, STMIK IKMI Cirebon, Kota Cirebon, Indonesia.

^{3,4,5}Program Studi Manajemen Informatika, STMIK IKMI Cirebon, Kota Cirebon, Indonesia.

Email: ^{1*}arifrinaldi@gmail.com, ²ediwahyudin@gmail.com, ³siskawati@yahoo.com,

⁴tiarimammuarif@yahoo.com

Abstrak - Usaha Kecil Menengah mempunyai peran penting dalam menggerakkan roda perekonomian di Indonesia. Karena pengelolaan usaha yang dilakukan dengan sederhana dan tidak rumit, sehingga banyak pelaku usaha menjadikan UKM pilihan utama sebagai wadah usaha yang menghasilkan nilai ekonomi. Namun produk UKM sering dipandang sebelah mata karena kemasannya yang kurang menarik atau kurang memberi informasi yang diperlukan konsumen. Hasil dari kegiatan pendampingan inovasi desain kemasan produk UKM Cirebon, dapat disimpulkan bahwa upaya ini telah berhasil meningkatkan kreativitas dan daya saing para pelaku usaha kecil dan menengah di Cirebon. Pendampingan ini mampu membuka wawasan baru terkait desain kemasan produk, membantu UKM Cirebon untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan menarik bagi konsumen. Hasilnya, produk-produk UKM Cirebon menjadi lebih menonjol di pasaran, menarik minat lebih banyak konsumen, dan mengukuhkan posisi mereka dalam industri. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara pelaku UKM Cirebon. Mereka dapat berbagi ide, pengalaman, dan pengetahuan terkait desain kemasan, menciptakan komunitas yang saling mendukung dan memotivasi satu sama lain untuk terus berinovasi. Pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif dalam jangka panjang. Dengan desain kemasan yang menarik, produk UKM Cirebon dapat memperluas pasar dan bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain. Secara keseluruhan, pendampingan inovasi desain kemasan produk UKM Cirebon telah membawa perubahan positif yang signifikan bagi para pelaku UKM. Hal ini membuktikan bahwa investasi dalam desain kemasan adalah langkah strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing dan memajukan sektor UKM di Cirebon.

Kata Kunci : UKM, Cemilan, Khas Cirebon

Abstract - Small and Medium Enterprises have an important role in moving the wheels of the economy in Indonesia. Because business management is carried out in a simple and uncomplicated manner, many business actors make SMEs their main choice as business platforms that generate economic value. However, SME products are often underestimated because the packaging is less attractive or does not provide the information that consumers need. The results of assistance activities in Cirebon SME product packaging design innovation, it can be concluded that this effort has succeeded in increasing the creativity and competitiveness of small and medium businesses in Cirebon. This assistance is able to open new insights regarding product packaging design, helping Cirebon SMEs to create a strong and attractive visual identity for consumers. As a result, Cirebon SME products have become more prominent in the market, attracting the interest of more consumers, and strengthening their position in the industry. Apart from that, this activity also strengthens the synergy between Cirebon SMEs. They can share ideas, experiences and knowledge related to packaging design, creating a community that supports each other and motivates each other to continue to innovate. This assistance not only provides benefits in the short term, but also has the potential to have a positive impact in the long term. With attractive packaging designs, Cirebon SME products can expand the market and compete with similar products from other regions. Overall, assistance with product packaging design innovation for Cirebon SMEs has brought significant positive changes for SMEs. This proves that investment in packaging design is an important strategic step to increase competitiveness and advance the SME sector in Cirebon.

Keywords: SMEs, Snacks, Typical Cirebon

1. PENDAHULUAN

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di kampung Mandalangan, Kota Cirebon (Haryanto et al., 2022). UKM memainkan peran penting dalam perekonomian lokal dan nasional. Inovasi desain kemasan adalah elemen krusial dalam meningkatkan daya saing produk UKM. Namun, dalam konteks Kampung

Mandalangan, permasalahan terkait desain kemasan menjadi hal yang perlu diatasi agar UKM dapat berkembang dan bersaing di pasar yang semakin ketat (Rinto et al., 2022).

Kampung Mandalangan terletak di Kota Cirebon, sebuah wilayah dengan kekayaan budaya dan tradisi yang khas. UKM di kampung ini berkembang di berbagai sektor, termasuk kerajinan tangan, makanan, dan produk-produk lokal lainnya (Fauzan et al., 2021). Sejumlah kasus yang pernah terjadi di kampung ini adalah kendala dalam desain kemasan yang tidak memadai, kurangnya pemahaman tentang pasar yang lebih luas, serta minimnya akses sumber daya dan pengetahuan dalam hal inovasi desain kemasan. Sebagai contoh, produk-produk lokal seringkali tidak mampu bersaing dengan produk sejenis dari luar daerah karena kurangnya daya tarik visual pada kemasan mereka (Dewi et al., 2022).

Kampung Mandalangan adalah komunitas yang kaya akan budaya dan tradisi. Nilai-nilai lokal, seperti kearifan lokal dalam pengolahan bahan baku, motif-motif tradisional, dan kisah-kisah lokal, menjadi bagian penting dalam identitas produk UKM di sini (Abdur Rosid & Odi Nurdyawan, 2022; Nurrohmah et al., 2022). Namun, aspek sosial dan budaya ini juga bisa menjadi tantangan dalam inovasi desain kemasan (Ramadhania et al., 2022). Terkadang, ketika UKM mencoba mengadopsi desain yang terlalu modern atau asing, mereka dapat kehilangan daya tarik bagi konsumen lokal yang menghargai nilai-nilai tradisional (Fitriyah et al., 2022).

Permasalahan khusus yang dihadapi UKM di Kampung Mandalangan meliputi minimnya pemahaman tentang desain kemasan yang efektif untuk menarik pasar, keterbatasan akses sumber daya, seperti bahan dan teknologi yang diperlukan untuk menciptakan desain kemasan yang menarik, serta kendala dalam mengidentifikasi pasar yang potensial (Dewa, 2022). Perlu juga dicatat bahwa permasalahan ini tidak hanya terkait dengan aspek teknis desain kemasan tetapi juga berakar pada budaya dan pandangan lokal terhadap desain yang dapat mempengaruhi penerimaan produk oleh masyarakat setempat (Rafly et al., 2021).

Pendampingan dalam inovasi desain kemasan produk UKM di Kampung Mandalangan akan mengadopsi pendekatan partisipatif. Tim pengabdian akan bekerja sama dengan pelaku UKM setempat untuk mengidentifikasi masalah yang spesifik dan menciptakan solusi yang sesuai. Selain itu, pendekatan ini akan mempertimbangkan nilai-nilai budaya dan tradisi lokal dalam desain kemasan agar produk tetap memiliki identitas khas. Metode ini juga akan melibatkan pelatihan dan transfer pengetahuan kepada UKM untuk memberikan mereka alat yang diperlukan untuk meningkatkan desain kemasan mereka (Amar et al., 2022; Teguh Afandi et al., 2021).

Hasil dari pendampingan ini diharapkan akan memberikan sejumlah implikasi positif. Pertama, diharapkan UKM di Kampung Mandalangan akan memiliki desain kemasan yang lebih menarik dan relevan dengan pasar. Ini akan meningkatkan daya saing produk mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan mereka. Kedua, pengabdian ini juga dapat menghasilkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya memadukan inovasi desain dengan nilai-nilai budaya lokal. Ini dapat memperkuat identitas budaya komunitas dan mendorong dukungan dari masyarakat lokal. Terakhir, ini juga dapat membuka peluang bagi UKM untuk mengakses pasar yang lebih luas dan meningkatkan kontribusi mereka terhadap ekonomi lokal dan pelestarian warisan budaya (Nurdyawan et al., 2021; Nurdyanto et al., 2022).

Pendampingan ini mewakili langkah positif dalam mengatasi permasalahan sosial, budaya, dan ekonomi di Kampung Mandalangan, Kota Cirebon, dan diharapkan dapat menjadi model bagi upaya serupa di komunitas-komunitas lain yang menghadapi tantangan serupa dalam mengembangkan UKM dan melestarikan warisan budaya mereka.

2. METODE PELAKSANAAN

Berikut adalah tahapan atau langkah-langkah dalam melaksanakan solusi untuk mengatasi permasalahan yang telah disebutkan sebelumnya:

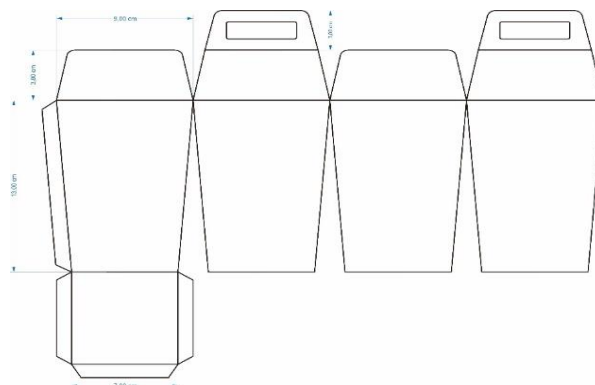
- 1) Identifikasi Kebutuhan dan Pelatihan

- a) Lakukan pertemuan awal dengan UKM di Kampung Mandalangan untuk memahami secara lebih mendalam permasalahan mereka dan menentukan kebutuhan pelatihan mereka dalam hal desain kemasan.
 - b) Tentukan materi pelatihan yang akan disampaikan kepada UKM, termasuk konsep dasar desain kemasan, pemahaman pasar, dan prinsip-prinsip desain yang efektif.
 - c) Sampaikan pelatihan dengan cara yang mudah dimengerti, menggunakan contoh konkret dan studi kasus relevan agar UKM dapat mengaplikasikannya dalam konteks produk mereka.
- 2) Dukungan Sumber Daya
- Bantu UKM dalam mencari dan memperoleh alat, perangkat lunak, dan bahan yang mereka butuhkan untuk menerapkan desain kemasan yang lebih baik. Kolaborasikan UKM dengan ahli desain atau konsultan desain lokal atau regional. Ajak mereka untuk memberikan panduan dan masukan dalam pengembangan desain kemasan yang lebih menarik.
- 3) Partisipasi Aktif UKM
- a) Pemilihan Desain Bersama: Libatkan UKM secara aktif dalam proses pemilihan desain kemasan yang cocok untuk produk mereka. Berikan mereka kontrol atas keputusan ini.
 - b) Pelaksanaan Desain: Setelah desain kemasan dipilih, bantu UKM dalam menerapkan desain tersebut pada produk mereka, termasuk pembuatan prototipe jika diperlukan.
- 4) Umpan Balik dan Perbaikan Berkelanjutan
- a) Pemantauan dan Umpan Balik: Pantau pelaksanaan desain kemasan oleh UKM dan berikan umpan balik secara teratur. Identifikasi area yang perlu diperbaiki.
 - b) Perbaikan Berkelanjutan: Bantu UKM untuk terus meningkatkan desain kemasan mereka berdasarkan umpan balik yang diberikan. Ini dapat mencakup perubahan kecil atau perubahan signifikan tergantung pada kebutuhan.
 - c) Evaluasi Hasil: Akhiri proyek dengan mengevaluasi hasil dari perubahan desain kemasan. Bandingkan kinerja produk sebelum dan sesudah perubahan, jika memungkinkan.

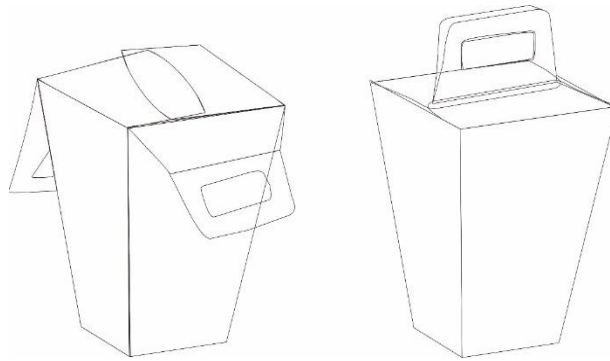
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kemasan

Tahap ini adalah membuat layout gambar kemasan, dengan ukuran tinggi 13 cm, tutup kemasan mempunyai tinggi 3,80 cm beserta lebar tutup 9 cm dan lebar bagian bawah 7 cm, dan untuk pegangan kemasan memiliki tinggi 3 cm. Kemasan dirancang dengan penutup, agar tetap menjaga keamanan dan kualitas produk makanan itu sendiri. Dan ditambahkan pegangan agar lebih praktis dibawa dengan tidak menggunakan kantong plastik tambahan.



Gambar 2. Layout Sketsa Kemasan



Gambar 2. Layout Bentuk Kemasan

Kemasan yang digunakan terbuat dari *art papper*, berikut visualisasi desain kemasan produk Cemilin Nih



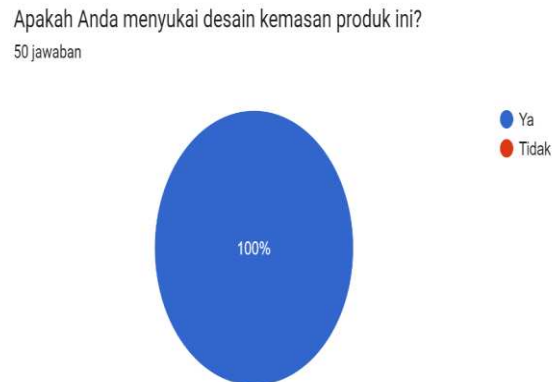
Gambar 3. Implementasi Karya



Gambar 4. Wawancara hasil desain kemasan dengan pemilik UKM Cemilin Nih

Selain dilakukan wawancara guna mengetahui apakah perancangan desain kemasan yang telah dibuat dapat menarik perhatian pembeli atau tidak. Dilakukan juga dengan menyebarkan kuesioner kepada 50 orang responden dari berbagai kalangan. 50 orang responden telah menjawab kuesioner guna memperkuat perancangan desain kemasan yang telah dibuat dapat menarik minat beli

konsumen. Tabel Responden Kuesioner terhadap apakah anda menyukai desain kemasan produk ini.



Gambar 4. Kuisoner Responden

Jawaban responden tentang Ya atau Tidak apakah anda menyukai desain kemasan produk ini, sebanyak 100% responden memberikan jawaban Ya bahwa responden menyukai perancangan desain kemasan yang dibuat.

Dapat disimpulkan dari hasil analisis kuesioner dan wawancara yang sudah dijabarkan diatas, setuju dengan desain kemasan yang sudah dirancang karena dari segi daya tarik visual, kemanan, praktisitas nya sangat baik, informasi produk yang ada di kemasan sangat mudah di dapat.

4. KESIMPULAN

Hasil dari kegiatan pendampingan inovasi desain kemasan produk UKM Cirebon, dapat disimpulkan bahwa upaya ini telah berhasil meningkatkan kreativitas dan daya saing para pelaku usaha kecil dan menengah di Cirebon. Pendampingan ini mampu membuka wawasan baru terkait desain kemasan produk, membantu UKM Cirebon untuk menciptakan identitas visual yang kuat dan menarik bagi konsumen. Hasilnya, produk-produk UKM Cirebon menjadi lebih menonjol di pasaran, menarik minat lebih banyak konsumen, dan mengukuhkan posisi mereka dalam industri. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara pelaku UKM Cirebon. Mereka dapat berbagi ide, pengalaman, dan pengetahuan terkait desain kemasan, menciptakan komunitas yang saling mendukung dan memotivasi satu sama lain untuk terus berinovasi. Pendampingan ini tidak hanya memberikan manfaat dalam jangka pendek, tetapi juga berpotensi memberikan dampak positif dalam jangka panjang. Dengan desain kemasan yang menarik, produk UKM Cirebon dapat memperluas pasar dan bersaing dengan produk sejenis dari daerah lain. Secara keseluruhan, pendampingan inovasi desain kemasan produk UKM Cirebon telah membawa perubahan positif yang signifikan bagi para pelaku UKM. Hal ini membuktikan bahwa investasi dalam desain kemasan adalah langkah strategis yang penting untuk meningkatkan daya saing dan memajukan sektor UKM di Cirebon.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terimakasih disampaikan pada LPPM STMIK IKMI Cirebon yang telah mendanai pelaksanaan kegiatan pengabdian dan UKM Kabupaten Cirebon yang telah memberikan izin serta membantu menyediakan tempat pelaksanaan kegiatan. Selain itu, disampaikan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu sehingga kegiatan pengabdian ini dapat berjalan dengan baik.

REFERENCES

- Abdur Rosid, & Odi Nurdiawan. (2022). Klasifikasi Penerima Bantuan Sosial Dengan Algoritma Random Forest Untuk Penanganan Covid 19. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*.
- Amar, M. R., Anwar, S., & Nurdiawan, O. (2022). Optimalisasi Menggunakan Access Control List Berbasis Mikrotik Pada Amami Event Organizer. *Media Informasi Analisa Dan Sistem*, 7(1). [Http://Ejournal.Ust.Ac.Id/Index.Php/Jurnal_Means/](http://Ejournal.Ust.Ac.Id/Index.Php/Jurnal_Means/)
- Dewa, P. (2022). Pelatihan Desain Pemasaran Online Dan Coaching Bagi Umkm Kuliner Di Temanggung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4). <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.681>
- Dewi, F. S., Ikawati, S., Widjayanti, T., & Tri Widayanti, V. (2022). Diseminasi Teknologi Produksi Agens Hayati Pada Kebun Agrotechnopark Cangar Universitas Brawijaya. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(4). <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.461>
- Fauzan, S., Puspitasari, P., & Ameliyah, R. (2021). Pelatihan Kerajinan Manik-Manik Untuk Meningkatkan Inovasi-Kreativitas Ibu Pkk Sekaligus Pendapatan Umkm. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 1(5), 259–266. <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.51>
- Fitriyah, N., Fahrizky, R., Rivaldi, A., & Endow S, B. A. (2022). Diseminasi Informasi Potensi Desa Wisata Melalui Website. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(3), 261–269. <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.630>
- Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital Untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi Dan Pendapatan Umkm Jhn Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(2), 181–186. <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.494>
- Nurdiawan, O., Faqih, A., Irma Purnamasari, A., Noor Musid, F., & Azzahra Sulaeman, F. (2021). Pelatihan Dan Pendampingan Tata Kelola Website Smk Cendikia Kota Cirebon. In *Praxis: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, Issue 1). [Http://Pijarpemikiran.Com/](http://Pijarpemikiran.Com/)
- Nurdiyanto, I., Nurdiawan, O., Irma Purnamasari, A., & Ade Kurnia, D. (2022). Penentuan Keputusan Pemberian Pinjaman Kredit Menggunakan Algoritma C.45. *Jurnal Data Science Dan Data Science*, 2(1), 1–5.
- Nurrohmat, I., Nurdiawan, O., & Bahtiar, A. (2022). Implementasi Algoritma Fp-Growth Untuk Menunjang Keputusan Persediaan Barang Di Cv Indotech Jaya Sentosa Kota Cirebon. *Jurnal Sistem Informasi Dan Manajemen*. <https://Ejournal.Stmikgici.Ac.Id/>
- Rafly, A., Hartono, R., & Anwar, S. (2021). Perbandingan Algoritma C.45 Dengan Naive Bayes Untuk Menentukan Introvert Dan Ekstrovert Pada Smk Bina Cendikia. *Informatics For Educators And Professionals*, 6(1), 74–83.
- Ramadhania, S. U., Hayati, K. R., Supriyono, S., & Sugito, S. (2022). Upaya Peningkatan Angka Penjualan Di Kelurahan Rungkut Menanggal Melalui Program Pendampingan Digital Marketing Umkm Pengrajin Kain Batik. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(5), 531–536. <https://doi.org/10.52436/1.Jpmi.720>
- Rinto, Baehaki, A., Yunindyawati, Dwita Lestari, S., Ridhowati, S., & Widiastuti, I. (2022). Intruduksi Teknologi Kemasan Vakum Serta Pendampingan Analisis Gizi Di Umkm Barokah Palembang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia (Jpmi)*, 2(3), 349–356.
- Teguh Afandi, D., Saputra, B., Prasetya, T., & Nurdiawan, O. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Monitoring Data Claim Customer Menggunakan Framework Laravel. *Information System For Educators And Professionals*, 6(1), 23.