

Asistensi Desain Kemasan dan Logo Sebagai Upaya Meningkatkan Identitas Visual UMKM di Kabupaten Bondowoso

Rizky Adhitya Nugroho¹, Rezha Isyraqi Qastalano², Muhammad Bahanan³

^{1,2,3}Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Negeri Jember, Jember, Jawa Timur, 68101, Indonesia

Email: rizky.an@polije.ac.id

Article History:

Received: 10 April 2025

Revised: 01 Mei 2025

Accepted: 07 Mei 2025

Keywords: *UMKM, desain kemasan, logo, daya saing, inovasi, pengabdian kepada masyarakat.*

Abstract: *Program asistensi desain kemasan dan logo untuk UMKM di Kabupaten Bondowoso bertujuan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha melalui inovasi desain. Program ini dilakukan dalam empat tahap: observasi dan koordinasi dengan instansi terkait untuk mengidentifikasi masalah UMKM, sosialisasi dan konsultasi daring mengenai pentingnya desain kemasan dan logo, pengerjaan desain oleh tim dosen dan mahasiswa berdasarkan masukan UMKM, serta penyerahan hasil desain yang disertai diskusi implementasi. Hasilnya menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif ini membantu UMKM memahami pentingnya branding visual dalam strategi pemasaran dan meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Diharapkan, asistensi ini dapat memperkuat daya saing UMKM di Kabupaten Bondowoso secara berkelanjutan.*

PENDAHULUAN

Selama lebih dari satu dekade, negara-negara berkembang telah memusatkan perhatian pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sebagai pendorong ekonomi yang kuat (Gbandi & Amissah, 2014). Namun, keberlanjutan tetap menjadi aspek penting karena tingkat keberhasilan sektor UMKM yang lambat. Sekitar setengah dari startup UMKM gagal dalam lima tahun pertama, terutama di negara-negara berkembang (Dalberg, 2011; Nikolić et al., 2019). UMKM yang sukses dan berkelanjutan membutuhkan kombinasi faktor kontekstual penting seperti kepemimpinan yang kuat dan praktik organisasi yang baik. UMKM mungkin dimulai dengan antusiasme dan visi yang kuat, tetapi untuk mencapai tujuan kinerja yang ditetapkan dan mempertahankan keunggulan kompetitif, dukungan teknologi yang tepat dan proses yang selaras harus ada (Alalawi, 2020; Ayyagari et al., 2007; Teresa Matriano dan Firdouse Rahman Khan, 2019).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran vital dalam perekonomian Indonesia, termasuk di Jawa Timur dan Kabupaten Bondowoso. Secara nasional, UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja (Arimbi et al., 2023). Di Jawa Timur, kontribusi nilai tambah bruto Koperasi dan UMKM terhadap total PDRB pada tahun 2021 mencapai 57,81% (DiskopUKM Jawa Timur, 2021). Sementara itu, di Kabupaten Bondowoso, jumlah pelaku UMKM tercatat sekitar 39.000

pada tahun 2022 (Universitas Jember, 2022). Namun, banyak di antara UMKM tersebut mengalami stagnasi dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan oleh model dan sistem bisnis yang tidak beradaptasi dengan perubahan selera dan preferensi konsumen. Kurangnya inovasi dalam produk dan proses bisnis membuat UMKM kesulitan bersaing di pasar yang dinamis (Jurnal Bina Wirausaha, 2023). Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi dan permodalan semakin memperparah kondisi ini (Universitas Jember, 2022).

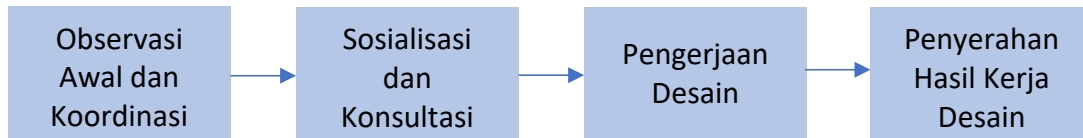
Di era digitalisasi dan dominasi media sosial, preferensi belanja konsumen telah mengalami perubahan signifikan. Konsumen cenderung memilih produk dengan merek yang mereka kenal atau setidaknya dengan kemasan yang menarik secara visual. Desain kemasan yang estetik dan fungsional dapat menarik perhatian konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Menurut penelitian oleh Metamorphosys (2023), kemasan yang menarik dapat meningkatkan penjualan dengan menarik perhatian konsumen dan mencerminkan kualitas produk. Selain itu, kemajuan teknologi digital telah memudahkan konsumen untuk membandingkan harga dan membaca ulasan produk, yang semakin mendorong pentingnya identitas merek yang kuat dan kemasan yang menarik dalam keputusan pembelian. Kemasan merupakan salah satu cara untuk mempromosikan suatu produk serta menarik minat konsumen untuk membeli, oleh karena itu kemasan harus sesuai dengan fungsi yang akan dibidik oleh para produsen (Harminingtyas, 2013). Kemasan produk merupakan bagian penting dalam sebuah pemasaran, karena kemasan bukan hanya berfungsi sebagai pembungkus produk, namun untuk menambah nilai jual suatu produk (Purnomo, Ardana and Handoko, 2013).

Ironisnya, banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) belum siap berinovasi dalam desain kemasan sebagai sarana memikat konsumen. Mereka masih terfokus pada proses bisnis konvensional yang menitikberatkan pada aktivitas produksi dan penjualan tradisional. Meskipun pemerintah dan beberapa Badan Usaha Milik Negara (BUMN) telah mengadakan pelatihan terkait digitalisasi serta pembuatan desain kemasan dan logo usaha, implementasinya di kalangan UMKM belum optimal. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan perangkat untuk desain, minimnya sumber daya manusia yang kompeten di bidang tersebut, keterbatasan waktu, dan anggaran yang tidak mencukupi untuk menerapkan hasil pelatihan. Menurut penelitian oleh Sativa et al. (2022), kesulitan dalam memahami aplikasi desain seperti Canva menjadi salah satu hambatan utama bagi UMKM dalam mengadopsi inovasi desain kemasan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan oleh tim dosen Program Studi Bisnis Digital, Politeknik Negeri Jember (POLIJE), melalui kunjungan ke Rumah BUMN Kabupaten Bondowoso, ditemukan sejumlah UMKM yang menghadapi permasalahan serupa. Kendala seperti kurangnya inovasi dalam desain kemasan dan logo, serta keterbatasan sumber daya untuk mendukung upaya tersebut, menjadi tantangan utama yang dihadapi para pelaku UMKM. Setelah melakukan koordinasi dan membangun sinergi dengan pihak Rumah BUMN serta pelaku UMKM, beberapa di antaranya menyatakan kesediaannya untuk mengikuti program asistensi ini. Langkah ini diharapkan dapat menjadi awal kolaborasi yang strategis dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha mereka di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, asistensi dalam pembuatan desain kemasan dan logo menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan dan daya saing UMKM di Kabupaten Bondowoso.

METODE

Program asistensi pembuatan desain kemasan dan logo ini dilakukan melalui beberapa tahapan sistematis untuk memastikan efektivitas dan pencapaian tujuan. Berikut adalah deskripsi setiap tahap yang dilaksanakan:



Gambar 1. Alur Kegiatan PKM

Tahap Observasi Awal dan Koordinasi

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan observasi awal untuk mengidentifikasi UMKM yang menjadi target program. Observasi ini dilakukan dengan cara mengunjungi Rumah BUMN Kabupaten Bondowoso serta berkoordinasi langsung dengan Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso. Tujuan dari kegiatan ini untuk menjangkau UMKM dengan memahami permasalahan utama mereka, serta mengumpulkan data awal terkait kebutuhan spesifik mereka dalam pengembangan desain kemasan dan logo.

Tahap Sosialisasi dan Konsultasi

Setelah melakukan observasi awal dan koordinasi kepada UMKM, tim melakukan kegiatan sosialisasi dan konsultasi secara daring menggunakan platform Zoom Meeting. Pada tahap ini, tim memberikan penjelasan kepada UMKM mengenai tujuan dan manfaat program serta mekanisme pelaksanaannya. Selain itu, forum ini menjadi kesempatan bagi pelaku UMKM untuk menyampaikan keluhan, tantangan, dan kebutuhan spesifik mereka terkait desain kemasan dan logo. Kegiatan ini dirancang untuk memastikan bahwa solusi yang diberikan dapat disesuaikan dengan kebutuhan unik setiap UMKM.

Tahap Pengerjaan Desain Kemasan dan Logo

Tahap ini merupakan inti dari program asistensi desain dan kemasan. Tim pelaksana, yang terdiri dari tim dosen dan mahasiswa yang kompeten di bidang desain grafis, mulai mengerjakan desain kemasan dan logo berdasarkan masukan dan kebutuhan yang telah disampaikan oleh UMKM pada tahap sebelumnya. Proses pengerjaan dilakukan secara kolaboratif dengan melibatkan komunikasi intensif antara tim desain dan pelaku UMKM untuk memastikan bahwa hasil desain sesuai dengan visi, identitas, dan karakteristik produk mereka.

Tahap Penyerahan Hasil Kerja Desain

Setelah desain selesai dikerjakan, hasilnya diserahkan kepada masing-masing UMKM dalam bentuk file digital dan, apabila diperlukan, dalam bentuk cetakan untuk keperluan promosi awal. Penyerahan ini disertai dengan sesi penjelasan terkait penggunaan desain, baik untuk kemasan maupun logo, agar pelaku UMKM dapat mengimplementasikannya secara optimal dalam aktivitas bisnis mereka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Observasi Awal dan Koordinasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan program asistensi desain kemasan dan logo untuk UMKM di Kabupaten Bondowoso diawali dengan dimulai melakukan observasi pada

awal bulan September 2024. Tim pelaksana ini yang terdiri dari tim dosen dan mahasiswa mengunjungi Rumah BUMN Kabupaten Bondowoso dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso. Tim pelaksana melakukan observasi dan berkoordinasi dengan staf Rumah BUMN dan Kepala Bidang UMKM Disperindag Kab. Bondowoso untuk melakukan wawancara langsung. tidak hanya mengidentifikasi pelaku UMKM di Rumah BUMN Kabupaten Bondowoso yang menjadi target, tetapi juga memeriksa kebutuhan dari pelaku usaha UMKM.

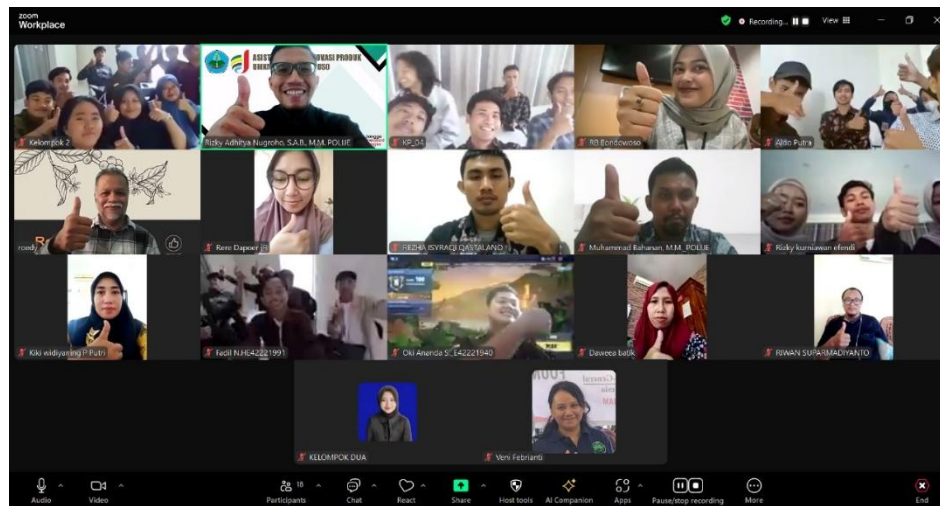


Gambar 2. Kunjungan ke Rumah BUMN dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kab. Bondowoso

Dari permasalahan UMKM tersebut dapat kurangnya inovasi dalam desain kemasan dan logo, serta keterbatasan sumber daya untuk mendukung upaya tersebut, menjadi tantangan utama yang dihadapi para pelaku UMKM tersebut. Setelah melakukan koordinasi dan membangun sinergi dengan pihak Rumah BUMN serta pelaku UMKM, beberapa di antaranya menyatakan kesediaannya untuk mengikuti program asistensi ini.

2. Tahap Sosialisasi dan Konsultasi

Dalam tahap ini dilakukan sosialisasi kepada UMKM, dimana tim berupaya menjalin komunikasi yang erat dengan para pelaku UMKM. Kegiatan ini dilaksanakan secara daring melalui platform Zoom Meeting diawali dengan pemaparan tujuan dan manfaat program secara rinci kepada pelaku UMKM.



Gambar 3. Kegiatan Sosialisasi PKM Melalui Zoom kepada pelaku UMKM Bondowoso

Tim menjelaskan bagaimana desain kemasan dan logo yang baik dapat meningkatkan daya saing produk di pasar, menciptakan identitas merek yang lebih kuat, dan menarik minat konsumen. Penjelasan ini bukan hanya memberikan wawasan baru bagi UMKM, tetapi juga memotivasi pelaku UMKM untuk lebih percaya diri dalam mengembangkan usaha.

Para pelaku UMKM diberikan kesempatan untuk berbagi pengalaman dan menyampaikan berbagai tantangan yang dihadapi mulai dari kurangnya pemahaman tentang desain hingga keterbatasan sumber daya untuk memproduksi kemasan yang menarik seperti salah satu UMKM mengungkapkan kekhawatiran mereka tentang bagaimana menciptakan desain kemasan logo produk yang mampu mencerminkan karakteristik produk mereka. Tim melakukan pencacatan setiap masukan dengan cermat, menjadikannya landasan untuk merancang solusi yang benar-benar relevan.

Sesi konsultasi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana mendengar, tetapi juga membangun hubungan kepercayaan antara tim dan pelaku UMKM. Dengan memahami kebutuhan setiap pelaku UMKM, tim dapat merancang solusi yang personal dan tepat sasaran. Hasilnya, kegiatan ini berhasil menciptakan fondasi yang kokoh untuk tahap berikutnya, memastikan bahwa desain yang dihasilkan tidak hanya estetik tetapi juga memiliki nilai strategis bagi perkembangan bisnis UMKM.

3. Tahap Pengerjaan Desain Kemasan dan Logo

Tahap pengerjaan desain kemasan dan logo menjadi pusat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, dimana ide-ide dan masukan dari tahap sebelumnya mulai diwujudkan. Proses ini dimulai dengan pembagian tugas yang jelas antara tim pelaksana, yang terdiri dari dosen dengan pengalaman di bidang desain grafis dan mahasiswa yang antusias belajar desain grafis. Tim dosen dan mahasiswa bekerja sama untuk menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan identitas produk UMKM tersebut.



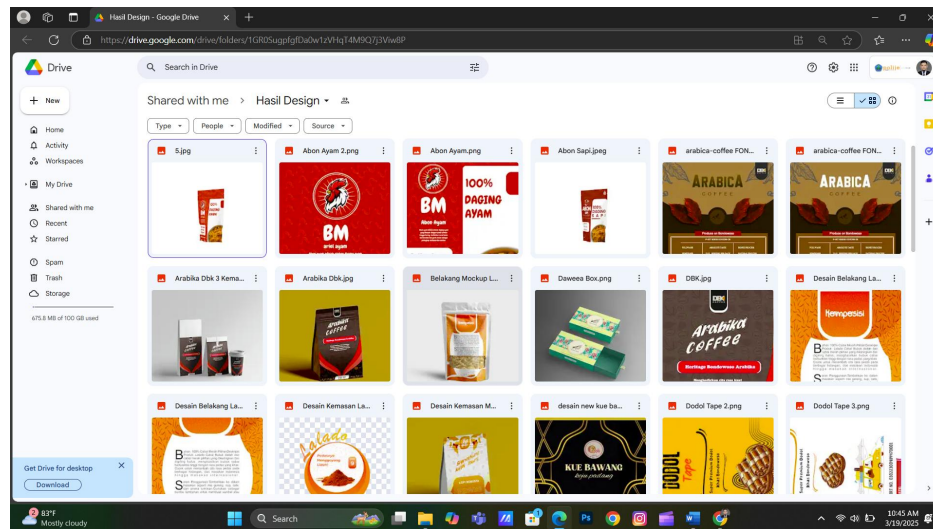
Gambar 4. Kegiatan kunjungan langsung ke UMKM dalam rangka asistensi

Setiap desain diawali dengan pertemuan tim untuk mendiskusikan kebutuhan spesifik dari setiap UMKM. Tim memulai proses brainstorming untuk menghasilkan konsep awal. Setelah itu, konsep tersebut diwujudkan dalam bentuk sketsa atau desain digital, yang kemudian dibagikan kepada pelaku UMKM untuk mendapatkan masukan awal. Proses ini dirancang agar pelaku UMKM merasa dilibatkan dan memiliki kontrol atas hasil akhir desain dalam meningkatkan daya tarik produk mereka di pasar. Dengan desain yang baru, UMKM kini siap untuk melangkah ke tahap berikutnya dalam pengembangan bisnis mereka.

4. Tahap Penyerahan Hasil Kerja Desain

Dalam tahap penyerahan hasil kerja desain, komunikasi intensif menjadi kunci dalam tahap ini. Tim pelaksana tidak hanya mengirimkan hasil desain, tetapi juga mengadakan sesi diskusi daring untuk menjelaskan konsep yang digunakan, alasan pemilihan warna, elemen visual, dan font dalam desain. Kemudian pelaku UMKM memberikan masukan, seperti meminta tambahan elemen etnik atau perubahan pada tata letak teks, yang langsung ditanggapi oleh tim dengan revisi yang cepat.

Tahap pengerjaan ini tidak selalu mulus. Beberapa UMKM memiliki preferensi yang berbeda atau sulit menggambarkan ide mereka secara konkret. Namun, tim pelaksana mengatasi tantangan ini dengan memberikan contoh visual yang lebih konkret dan menjelaskan keuntungan dari setiap elemen desain yang diajukan. Setelah beberapa kali revisi dan diskusi, desain yang dihasilkan menjadi kombinasi sempurna antara visi pelaku UMKM dan kreativitas tim desain.



Gambar 5. Hasil Design yang telah dikerjakan oleh tim PKM

Hasil akhir dari tahap ini adalah desain kemasan dan logo yang tidak hanya estetik, tetapi juga mampu mencerminkan karakter dan nilai dari setiap produk UMKM. Proses yang kolaboratif dan penuh komunikasi ini memastikan bahwa setiap pelaku UMKM merasa puas dengan hasil yang diberikan, sekaligus memahami betapa pentingnya branding visual produk UMKM.

KESIMPULAN

Program asistensi desain kemasan dan logo telah berhasil memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan UMKM di Bondowoso. Melalui tahapan yang terstruktur, mulai dari observasi awal hingga penyerahan hasil, program ini mampu menjawab kebutuhan spesifik setiap UMKM. Proses kolaboratif yang melibatkan tim dosen, mahasiswa, dan pelaku UMKM memastikan bahwa hasil desain kemasan dan logo yang relevan dengan identitas produk dan kebutuhan pasar. Komunikasi intensif yang dilakukan sepanjang program juga membantu UMKM memahami pentingnya branding visual dalam meningkatkan daya saing produk UMKM. Hasil akhir berupa desain kemasan dan logo yang inovatif telah memberikan UMKM sebagai salah satu strategi untuk memperkuat citra produk dan membuka peluang pasar yang lebih luas.

Agar desain kemasan dan logo dapat digunakan secara optimal, perlu dilakukan pendampingan lanjutan kepada UMKM, terutama dalam aspek implementasi desain, seperti pencetakan kemasan, promosi, dan branding di media digital. UMKM perlu diberikan pelatihan tambahan, seperti manajemen pemasaran dan penggunaan media sosial, agar mereka dapat memanfaatkan desain yang telah dibuat secara maksimal untuk meningkatkan penjualan dan menjangkau pasar yang lebih luas. Dinas terkait atau lembaga lainnya dapat dilibatkan lebih lanjut untuk mendukung UMKM dalam hal pendanaan, distribusi produk, atau penyelenggaraan pameran yang memanfaatkan desain kemasan dan logo baru. Dengan adanya tindak lanjut dan dukungan tambahan, diharapkan UMKM dapat berkembang lebih pesat dan menjadi motor penggerak perekonomian lokal yang lebih kuat.

Meskipun program ini memberikan manfaat yang signifikan bagi UMKM, terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Pertama, keterbatasan waktu menyebabkan jumlah UMKM yang dapat diberikan asistensi masih terbatas. Kedua, tingkat

literasi digital yang bervariasi di kalangan pelaku UMKM menjadi tantangan dalam mengimplementasikan desain yang telah dibuat. Ketiga, keterbatasan sumber daya, seperti perangkat teknologi dan anggaran, menghambat sebagian UMKM dalam menerapkan hasil desain secara optimal. Untuk mengatasi keterbatasan ini, diperlukan dukungan berkelanjutan dari berbagai pihak serta pengembangan program asistensi yang lebih luas dan sistematis di masa mendatang.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Penghargaan dan ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Kepala Bidang UMKM Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Bondowoso, Rumah BUMN Kabupaten Bondowoso, tim dosen yang terlibat, Pelaku UMKM yang terlibat sebagai objek dalam pengabdian ini, serta mahasiswa prodi Bisnis Digital POLIJE yang terlibat dalam proses observasi dan pengerjaan design dalam kegiatan ini. Segala proses yang telah dikerjakan diharapkan dapat di evaluasi dan dikembangkan untuk perbaikan kualitas pengabdian di masa mendatang.

DAFTAR REFERENSI

- Alalawi, S. (2020). *The impact of transformational leadership on employee creativity: The role of learning orientation*. *Management Science Letters*, 10(7), 1533-1542.
- Arimbi, D. A., Setyawan, A., & Wibisono, D. (2023). *Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia: Tantangan dan peluang*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, 38(1), 45-60.
- Ayyagari, M., Beck, T., & Demircuc-Kunt, A. (2007). *Small and medium enterprises across the globe*. *Small Business Economics*, 29(4), 415-434.
- Dalberg. (2011). *Report on support to SMEs in developing countries through financial intermediaries*. *Dalberg Global Development Advisors*.
- Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Jawa Timur. (2021). *Laporan tahunan 2021*. Surabaya: DiskopUKM Jawa Timur.
- Gbandi, E. C., & Amissah, G. (2014). *Financing options for small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria*. *European Scientific Journal*, 10(1), 327-340.
- Harminingtyas, R. (2013). *Peran kemasan dalam meningkatkan daya tarik produk UMKM*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(1), 55-63.
- Jurnal Bina Wirausaha. (2023). *Stagnasi UMKM di Kabupaten Bondowoso: Faktor penyebab dan solusi*. *Jurnal Bina Wirausaha*, 12(2), 75-89.
- Matriano, T., & Khan, F. R. (2019). *The role of technology in enhancing the performance of SMEs in the manufacturing sector*. *International Journal of Business and Management*, 14(6), 123-135.
- Metamorphosys. (2023). *The impact of packaging design on consumer purchasing decisions*. *Metamorphosys Design Journal*, 5(3), 112-125.
- Nikolić, M., Stanišić, N., & Janković-Milić, V. (2019). *Determinants of SME failure: Evidence from Serbia*. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 3537-3551.
- Purnomo, H., Ardana, I. K., & Handoko, B. L. (2013). *Strategi desain kemasan untuk meningkatkan nilai jual produk*. *Jurnal Desain Produk*, 4(2), 98-105.
- Sativa, D., Nugraha, R., & Pratama, A. (2022). *Hambatan UMKM dalam mengadopsi teknologi desain grafis: Studi kasus penggunaan Canva*. *Jurnal Teknologi dan Bisnis*, 11(4), 210-220.

Universitas Jember. (2022). Laporan penelitian: Analisis perkembangan UMKM di Kabupaten Bondowoso. Jember: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat, Universitas Jember.