

# Optimalisasi Pemasaran UMKM Produk Khas Desa melalui Pelatihan *Packaging* yang Kreatif Studi Kasus Desa Wringinsongo Tumpang, Kabupaten Malang

Vipkas Al Hadid Firdaus<sup>1</sup>, Bagas Satya Dian Nugraha<sup>2\*</sup>, Galih Putra Riatma<sup>3</sup>, Anugrah Nur Rahmanto<sup>4</sup>, Wilda Imama Sabilla<sup>5</sup>, Imam Fahrur Rozi<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Politeknik Negeri Malang; Jl. Soekarno Hatta No. 9 Kota Malang, telp/fax (0341) 404424  
Jurusan Teknologi Informasi, Politeknik Negeri Malang

e-mail: <sup>1</sup>vipkas@polinema.ac.id, <sup>2\*</sup>bagas@polinema.ac.id, <sup>3</sup>griatma@polinema.ac.id,  
<sup>4</sup>anugrahnur@polinema.ac.id, <sup>5</sup>wildaimama@polinema.ac.id, <sup>6</sup>imam.rozi@polinema.ac.id

## Abstrak

*Studi kasus Desa Wringinsongo Tumpang, Kabupaten Malang, menyoroti permasalahan optimalisasi pemasaran UMKM produk khas desa melalui pelatihan packaging yang kreatif dan efektif. Untuk mengatasi permasalahan ini, solusi yang ditawarkan melibatkan berbagai langkah strategis seperti pelatihan desain kreatif, pengembangan identitas merek, penggunaan materi ramah lingkungan, inovasi dalam kemasan, kolaborasi dengan ahli desain lokal, pemasaran digital, dan koordinasi dengan pihak pemerintah setempat. Kontribusi mendasar pada mitra mencakup peningkatan keahlian, pemberdayaan ekonomi lokal, peningkatan nilai produk, keterlibatan komunitas, koneksi dengan ahli lokal, peningkatan penguasaan teknologi dan pemasaran digital, keberlanjutan lingkungan, penguatan identitas desa, serta dukungan dari pemerintah dan masyarakat. Melalui implementasi solusi ini, diharapkan produk UMKM dapat bersaing lebih baik di pasar, memberdayakan ekonomi lokal, dan menciptakan identitas desa yang kuat. Selain itu, dampak positif pada lingkungan dan keterlibatan aktif dari berbagai pihak diharapkan memberikan kontribusi besar pada keberlanjutan program ini.*

**Kata kunci:** *UMKM, Packaging, Wringinsongo*

## 1. PENDAHULUAN

Analisis situasi di Desa Wringinsongo Tumpang dilakukan secara komprehensif mencakup berbagai aspek strategis. Langkah awal meliputi identifikasi produk lokal yang potensial serta evaluasi terhadap kemampuan desain dan kreativitas pelaku UMKM, termasuk ketersediaan akses mereka terhadap teknologi pemasaran [2]. Aspek eksternal seperti peta persaingan pasar, dukungan pemerintah setempat, keterlibatan komunitas, hingga potensi kolaborasi dengan ahli desain lokal juga menjadi fokus kajian. Selain itu, tinjauan terhadap penggunaan bahan kemasan yang ramah lingkungan turut diperhatikan untuk menjamin keberlanjutan program [3]. Pemahaman mendalam mengenai kondisi-kondisi tersebut menjadi landasan utama dalam merancang solusi pelatihan *packaging* yang terarah, efektif, dan relevan bagi mitra.

UMKM sering kali menghadapi kendala dalam bersaing dengan merek besar, terutama akibat keterbatasan dalam strategi pemasaran visual [5]. Di

Desa Wringinsongo Tumpang, potensi ekonomi lokal belum tergarap secara optimal karena minimnya keahlian pelaku usaha dalam mendesain kemasan (*packaging*) yang menarik [6]. Padahal, kemasan merupakan elemen vital untuk diferensiasi produk dan penentu minat beli konsumen [3]. Oleh karena itu, studi ini berfokus pada urgensi pelatihan desain kemasan kreatif sebagai solusi strategis untuk mengatasi hambatan pemasaran tersebut, sekaligus memberdayakan ekonomi desa secara berkelanjutan [1].

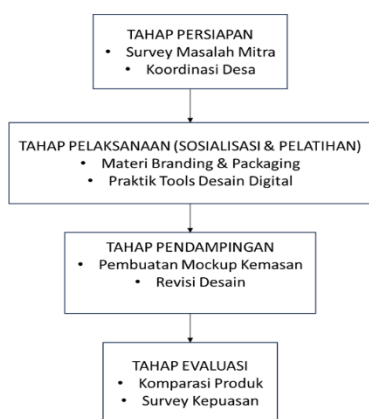
## 2. SOLUSI DAN TARGET

Berdasarkan identifikasi prioritas permasalahan yang dihadapi oleh mitra UMKM, program Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) ini merumuskan tiga pendekatan solusi strategis. Pertama, untuk mengatasi keterbatasan keahlian mitra dalam aspek visual produk, akan diselenggarakan pelatihan rutin mengenai desain kemasan. Pelatihan ini difokuskan pada penguasaan perangkat lunak,

penerapan prinsip desain yang efektif, serta pengenalan tren estetika terkini. Kedua, guna menanggulangi minimnya literasi digital yang menghambat jangkauan pasar, solusi yang ditawarkan berupa pendampingan intensif terkait pemasaran digital, termasuk optimalisasi media sosial dan strategi pembuatan konten visual. Ketiga, keterbatasan akses terhadap teknologi dan material berkualitas akan dijumpai melalui inisiasi kolaborasi antara mitra dengan ahli desain atau seniman lokal, sehingga tercipta sinergi yang mampu meningkatkan daya tarik dan kualitas produk secara berkelanjutan.

### 3. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Desa Wringingsongo, Kecamatan Tumpang, dengan fokus utama pada peningkatan kualitas kemasan produk UMKM. Metode pelaksanaan dirancang secara sistematis untuk menyelesaikan permasalahan mitra, mulai dari kurangnya pemahaman tentang branding hingga keterbatasan keterampilan teknis desain. Untuk memastikan kegiatan berjalan terstruktur dan terukur, tahapan pelaksanaan dibagi menjadi empat fase utama: persiapan, pelaksanaan pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Alur tahapan kegiatan ini digambarkan secara rinci pada Gambar 1.



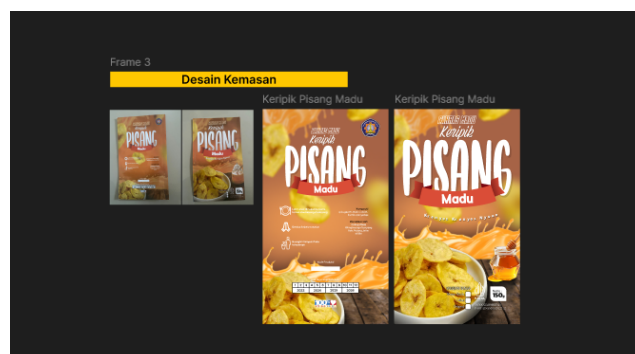
Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Program Pelatihan Desain Kemasan

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Merancang Packaging dan Branding

Program pelatihan *packaging* kreatif dan efektif dirancang secara komprehensif untuk meningkatkan kompetensi mitra dalam menciptakan kemasan yang memiliki nilai estetika sekaligus fungsional. Materi pelatihan mencakup aspek fundamental desain grafis seperti pemilihan warna, tipografi, dan tata letak serta

strategi *branding* untuk memperkuat identitas produk di mata konsumen. Selain aspek visual, peserta juga dibekali wawasan mengenai efisiensi biaya produksi dan pemilihan material kemasan yang tepat guna. Dalam sesi praktik, peserta dilatih menggunakan teknologi desain digital untuk memvisualisasikan ide mereka secara profesional. Contoh proses perancangan kemasan dan *branding* yang dilakukan menggunakan aplikasi Figma disajikan pada Gambar 2. Melalui pelatihan ini, diharapkan UMKM mampu menghasilkan produk dengan kemasan yang berdaya saing tinggi dan relevan dengan tren pasar modern.



Gambar 2. Desain *Packaging* dan *Branding* Menggunakan Figma

### 4.2 Presentasi Dan Penyerahan

Puncak dari rangkaian kegiatan pengabdian ini ditandai dengan serah terima luaran berupa desain kemasan (*packaging*) dan branding baru untuk produk unggulan Jamu Sinom di Desa Wringingsongo. Dalam kegiatan ini, tim pengabdian tidak hanya menyerahkan desain fisik, tetapi juga melakukan demonstrasi teknis pengemasan (*sealing*) guna memastikan standar higienitas dan ketahanan produk selama distribusi. Keterlibatan aktif Kepala Desa dan perangkat desa dalam kegiatan ini menunjukkan dukungan strategis terhadap keberlanjutan program pemberdayaan ekonomi lokal.

Untuk mengukur efektivitas pelaksanaan program, dilakukan evaluasi pasca-kegiatan melalui survei kepuasan mitra. Hasil evaluasi menunjukkan respon positif, di mana 90% mitra menyatakan bahwa desain kemasan baru lebih representatif dan profesional dibandingkan kemasan sebelumnya. Selain itu, 85% peserta merasa terbantu dengan pemahaman teknis pengemasan yang diberikan. Dampak kualitatif dari intervensi ini terlihat pada peningkatan kepercayaan diri pelaku UMKM dalam memperluas jangkauan pasar. Transformasi visual produk Jamu Sinom ini menjadi indikator keberhasilan alih teknologi dan pendampingan yang telah dilakukan, sekaligus menjadi modal awal bagi

mitra untuk meningkatkan nilai jual produk secara mandiri. Kegiatan ini diakhiri dengan pemaparan konsep final desain kepada mitra, yang dilanjutkan dengan proses serah terima luaran secara simbolis. Pada momen tersebut, tim pengabdian menyerahkan hasil cetak kemasan (*packaging*) dan identitas visual baru produk Jamu Sinom kepada perwakilan UMKM, disaksikan langsung oleh Kepala Desa Wringinsongo. Penyerahan ini menandai dimulainya penggunaan kemasan baru secara resmi untuk mendukung pemasaran produk yang lebih luas.



Gambar 3. Presentasi Dan Penyerahan

## 5. SARAN

Pendampingan Intensif bagi UMKM Memberikan pendampingan intensif kepada UMKM yang memerlukan bantuan lebih lanjut dalam menerapkan desain *packaging* yang kreatif dan efektif. Pendampingan ini mencakup sesi konsultasi individual, workshop lanjutan, dan bantuan teknis dalam produksi. Memastikan bahwa semua UMKM di desa dapat secara mandiri menerapkan teknik *packaging* yang sesuai dan dapat bersaing di pasar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Politeknik Negeri Malang yang telah memberi dukungan moral dan dana melalui program Dana Hibah Pengabdian masyarakat DIPA.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Fitriana, E., & Wulandari, R., 2022. Pendampingan Inovasi Kemasan Produk UMKM untuk Meningkatkan Nilai Jual dan Daya Saing Pasar. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 2(1), 15-22.
- [2] Kusuma, P. A., & Santoso, B., 2023. Strategi Peningkatan Pemasaran Produk Lokal Melalui Pelatihan Digital Branding dan *Packaging*. *Jurnal Aplikasi Dan Inovasi Ipteks Soliditas (J-SOLID)*, 6(1), 30-40.
- [3] Nugraha, J. S., 2020. Peran Desain Kemasan dalam

Meningkatkan Minat Beli Konsumen pada Produk UMKM Makanan Ringan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12(1), 45-55.

- [4] Pratama, R., & Auliana, L., 2021. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Melalui Pengembangan Desain Kemasan Produk Unggulan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (JPKM)*, 7(2), 110-118.
- [5] Rahmawati, D., & Suryani, T., 2020. Analisis Pentingnya Kemasan dan Labeling pada Produk UMKM di Era Persaingan Global. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(3), 200-210.
- [6] Setiawan, H., & Lestari, M., 2024. Transformasi Visual Produk Desa: Implementasi Pelatihan Desain Kemasan Kreatif Bagi Pelaku Usaha Mikro. *Jurnal Terapan Abdimas*, 5(1), 12-19.