

**Training on Improving the Creative Economy of MsMEs Based on Creative Packaging at the Mbangun Makuthoromo Msme Cluster in Karanganyar**

**Pelatihan Peningkatan Ekonomi Kreatif Umkm Berbasis Creative Packaging Pada Klaster Umkm Mbangun Makuthoromo Di Karanganyar**

**Denny Mahendra\*<sup>1</sup>, Yosephine Angelina Yulia<sup>2</sup>, Yofhi Septian Panglipurningrum<sup>3</sup>, Andri Octaviani<sup>4</sup>**

**Lukman Ahmad Imron Pahlawi<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,5</sup>Program Studi Manajemen, <sup>4</sup> Manajemen Informatika,  
STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta  
\*e-mail: [yofhi.septian@stie-aub.ac.id](mailto:yofhi.septian@stie-aub.ac.id)<sup>3</sup>

**ABSTRAK**

*Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Hal itu dikarenakan UMKM berkontribusi cukup besar terhadap komposisi Produk Domestik Bruto (PDB). sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Kontribusi UMKM tentu mengangkat perekonomian rakyat. Oleh karena itu, adanya pemberdayaan terhadap UMKM sangat dibutuhkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UMKM adalah pelatihan desain kemasan produk. Banyak produk sejenis di pasar yang diproduksi perusahaan luar negeri yang menguasai pasar lokal dengan mengalahkan produk UMKM Indonesia. Penyebabnya adalah kemasan produk lokal yang kurang menarik minat lokal dan dianggap tidak higienis. Padahal apapun produknya, jika dikemas baik maka akan menambah nilai tambah dari produk tersebut. Kemasan produk kita masih sangat sederhana untuk bisa bersaing dengan produk luar. Pengabdian ini telah dilaksanakan di Wilayah klaster UMKM Mbangun Makuthoromo di Karanganyar. Peserta pelatihan diikuti sebanyak kurang lebih 30 anggota klaster UMKM Mbangun Makutharomo Karanganyar, serta diikuti oleh 2 mahasiswa STIE AUB. Pelaksanaan ini dilaksanakan selama satu hari dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan secara langsung.*

*Kata kunci : kemasan, umkm, ekonomi kreatif.*

**ABSTRAK**

*Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Hal itu dikarenakan UMKM berkontribusi cukup besar terhadap komposisi Produk Domestik Bruto (PDB). sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja di dalam negeri. Kontribusi UMKM tentu mengangkat perekonomian rakyat. Oleh karena itu, adanya pemberdayaan terhadap UMKM sangat dibutuhkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UMKM adalah pelatihan desain kemasan produk. Banyak produk sejenis di pasar yang diproduksi perusahaan luar negeri yang menguasai pasar lokal dengan mengalahkan produk UMKM Indonesia. Penyebabnya adalah kemasan produk lokal yang kurang menarik minat lokal dan dianggap tidak higienis. Padahal apapun produknya, jika dikemas baik maka akan menambah nilai tambah dari produk tersebut. Kemasan produk kita masih sangat sederhana untuk bisa bersaing dengan produk luar. Pengabdian ini telah dilaksanakan di Wilayah klaster UMKM Mbangun Makuthoromo di Karanganyar. Peserta pelatihan diikuti sebanyak kurang lebih 30 anggota klaster UMKM Mbangun Makutharomo Karanganyar, serta diikuti oleh 2 mahasiswa STIE AUB. Pelaksanaan ini dilaksanakan selama satu hari dengan memberikan sosialisasi dan pelatihan secara langsung.*

*Kata kunci : kemasan, umkm, ekonomi kreatif.*

**PENDAHULUAN**

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Hal itu dikarenakan UMKM berkontribusi cukup besar terhadap komposisi Produk Domestik Bruto (PDB). sektor UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga

---

kerja di dalam negeri. Serapan tenaga kerja pada sektor UMKM tumbuh dari 96,99 persen menjadi 97,22 persen dalam periode lima tahun terakhir. Kontribusi UMKM tentu mengangkat perekonomian rakyat. Oleh karena itu, adanya pemberdayaan terhadap UMKM sangat dibutuhkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk pemberdayaan UMKM adalah pelatihan desain kemasan produk. Banyak produk sejenis di pasar yang diproduksi perusahaan luar negeri yang menguasai pasar lokal dengan mengalahkan produk UMKM Indonesia. Penyebabnya adalah kemasan produk lokal yang kurang menarik minat lokal dan dianggap tidak higienis. Padahal apapun produknya, jika dikemas baik maka akan menambah nilai tambah dari produk tersebut. Kemasan produk kita masih sangat sederhana untuk bisa bersaing dengan produk luar.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) *packaging* (kemasan) merupakan suatu bentuk kegiatan yang melibatkan desain serta produk, sehingga kemasan ini dapat berfungsi untuk melindungi produk di dalamnya. Fungsi kemasan dalam hal ini berhubungan dengan proteksi produk atau keamanan produk. Karakteristik produk, perbedaan iklim, prasarana transportasi, dan saluran distribusi berdampak pada pemilihan desain dan jenis pengemasan. Selain itu, preferensi konsumen menyangkut warna, ukuran, dan penampilan produk juga perlu dipertimbangkan dalam mendesain kemasan produk (Simamora, 2017). Hal ini disebabkan pengemasan produk yang menarik dan berstandar akan mempermudah untuk kegiatan promosi.

Pada dasarnya desain kemasan mempengaruhi apa yang ada di dalamnya. Karena itu pengaruh bentuk, warna, bahan, desain kemasan dapat mempengaruhi konsumen. Perilaku konsumen yang semakin kritis terhadap kemasan produk, terlebih untuk kemasan produk makanan harus mendapat perhatian khusus. Menggunakan bahan yang ramah lingkungan, mudah dibawa, serta aman dan tidak menimbulkan kontaminasi pada makanan, serta memberikan informasi produk yang memadai akan menjadi pilihan konsumen. Selain faktor-faktor tersebut anda juga harus memperhatikan apa yang menjadi tren di masyarakat. Kemasan yang tidak *up-to-date* akan memberikan kesan produk anda ketinggalan jaman, kecuali jika memang produk anda sudah dikenal luas dan memiliki *brand awareness* yang kuat. Kemasan yang bagus tentu akan mempengaruhi harga produk. Untuk itu UMKM harus memiliki strategi pemasaran untuk menyiasatinya. Namun bagi sebagian konsumen yang sangat mengutamakan mutu, harga tidaklah masalah jika memang produk yang ditawarkan benar-benar berkualitas.

Pada masa pandemic Covid 19 ini, jumlah wisatawan ke Karanganyar mengalami penurunan. Namun seiring berjalannya waktu dengan pelonggaran PPKM dan penurunan jumlah orang yang terinfeksi Covid-19, maka pemerintah memberikan kelonggaran bagi wisatawan untuk berwisata. Hal ini menjadi kesempatan bagi UMKM khususnya UMKM yang tergabung dalam klaster pariwisata Mbangun Makuthoromo untuk berbenah dan memberikan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan.

## METODE PENGABDIAN

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian adalah metode presentasi mengenai pengenalan bentuk dan desain *packaging*. Metode *sharing session* mengenai contoh kemasan produk yang baik disesuaikan dengan produk yang diproduksi oleh UMKM, dilanjutkan dengan diskusi untuk menganalisis beberapa kemasan produk dari berbagai industri makanan, minuman dan craft sebagai perbandingan.

Metode yang digunakan untuk peningkatan pengetahuan dan keterampilan sasaran adalah penyuluhan interaktif. Ada 3 tahap yang dilaksanakan pada kegiatan ini, yaitu:

1. Pra-Kegiatan Tahap pra-kegiatan dilakukan dengan cara: Survei kepada peserta pelatihan untuk mengetahui kemampuan dan kebutuhan
2. Pelaksanaan Kegiatan Pelaksanaan kegiatan dilakukan dalam bentuk diskusi dan *sharing session* tentang *design* kemasan dan label.
3. Evaluasi Hasil Kegiatan Evaluasi dilakukan dengan cara memberikan angket yang berisi pertanyaan/pernyataan tentang kemasan dan label makanan kepada peserta pelatihan. Jawaban dari pertanyaan tersebut adalah “ya” atau “tidak”.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian ini terlaksana karena adanya permintaan dari klaster UMKM Mbangun Makuthoromo Karanganyar dengan STIE AUB Surakarta untuk bekerja sama dalam membantu meningkatkan kualitas produk klaster UMKM Mbangun Makuthoromo Karanganyar. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat STIE AUB Surakarta dengan pokok materi pelatihan desain kemasan UMKM, dalam hal ini peserta diberikan bekal mulai dari pengenalan konsep pentingnya kemasan produk, kemasan standar untuk UMKM, kreatifitas desain kemasan untuk UMKM, labelling dan penggunaan barcode (code Batang), PIRT, logo halal (komponen penting pada kemasan), branding/merk pada kemasan, dan trend kemasan saat ini.

UMKM perlu membuat variasi ukuran bentuk kemasan produk agar minat pembelian dapat lebih meningkat. Adanya variasi bentuk kemasan dapat membentuk variasi harga. Sehingga dengan harga yang lebih murah lagi konsumen dapat membeli produk UMKM dan dirasa juga mampu meningkatkan citranya pada konsumen. Selain itu, mungkin bentuk kemasan dapat dibuat lebih unik lagi agar dapat mudah dibedakan dari kemasan produk lain.

Pelaksanaan pengabdian ini dilakukan dalam bentuk penyuluhan, Tanya jawab, diskusi hingga penyelesaian kasus. Diharapkan dengan adanya pengabdian masyarakat ini UMKM mendapatkan wawasan dan pengetahuan tentang konsep pentingnya kemasan produk. UMKM

---

mengetahui fungsi, kegunaan dan jenis kemasan yang dapat diterapkan pada produknya. Mampu merancang strategi kreatif desain kemasan dan perencanaan desain kemasan, serta mengetahui trend kemasan yang berlaku sekarang. Serta UMKM dapat merancang kemasan yang baik dan inovatif untuk produknya sehingga memberi nilai jual terhadap produk UMKM.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil dan pembahasan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat disimpulkan bahwa :

1. Keberhasilan sebuah industri diawali dari kemauan pelaku usahanya untuk berkembang. Begitu pula dengan pelaku usaha UMKM dari klaster Mbangun Makutoromo di Kabupaten Karanganyar.
2. Kemauan pemiliknya untuk mengurus segala hal perijinan maupun mengembangkan produk dengan berbagai macam kemasan mampu membuahkan hasil yang saat ini mampu menembus pasar mancanegara. Namun, untuk mengupayakan kemasan yang menarik yang memenuhi kebutuhan pemasaran domestic maupun mancanegara juga membutuhkan modal yang tidak sedikit. Peran pemerintah khususnya Dinas Koperasi dan UMKM dibutuhkan bagi perkembangan UMKM menuju pasar internasional dan juga peran akademisi sebagai lembaga yang memberikan pelatihan bagi UMKM.
3. Pelatihan ini memberikan beberapa materi yang terkait dengan upaya meningkatkan nilai dan kualitas produk UMKM klaster Mbangun Makuthoromo melalui penerapan kemasan yang sesuai. Materi yang disajikan dapat diterima, dicerna, dan dipahami peserta dengan baik. Kegiatan berlangsung lancar, tepat waktu dan sesuai dengan yang diharapkan dan para peserta dapat berkomunikasi dengan para pembicara dan peserta lain dengan baik.

## **SARAN**

Saran yang dapat diberikan tim pengabdian agar hasil pengabdian jauh lebih baik yaitu peserta diharapkan berani untuk membuka usaha dan mengembangkan kemasan produk yang lebih baik dan inovatif dengan bekal pelatihan dan pendampingan yang telah mereka ikuti.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang telah memberi dukungan financial terhadap pengabdian ini diantaranya Kepala Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat, serta para peserta pelatihan klister mbangun Makutoromo.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angeline, Mia. 2010. *Cara Desain Kemasan Produk Mempengaruhi Respons Motif Kognitif Dan Perilaku Konsumen*. Jurnal Humaniora.Vol.1 No.2.
- Damayanti, C. 2015. *Packaging The Brand*. Modul pelatihan. Rumah Kemasan Bandung.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Prabawa, H. W., & Fitriani, A. D. *Mempertahankan Eksistensi Jamu Tradisional melalui Perubahan Desain Pengemasan dan Pemasaran*. DEDIKASI: Community Service Reports, 2(1).
- Simamora, Bilson. 2007. *Panduan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia