

# PKM UKM ELOK MEKAR SARI SURABAYA MELALUI PEMBINAAN MANAJEMEN DESAIN PRODUK KEMASAN UNTUK MENINGKATKAN “KESADARAN MEREK” KEPADA KONSUMEN

Yosef Richo, Martinus Sony Estiawan, Jason Umbu Wiliam,  
Yolanda WidyaKharistia  
Universitas Dinamika Surabaya

**Abstrak:** UMKM Elok Mekar Sari Surabaya merupakan salah satu UKM yang di membawahi beberapa unit usaha, tercatat pada PKM ini UKM Elok Mekar Sari memiliki lebih dari 30 UMKM dan 50 lebih karya produk unggulan. Setiap unit usaha memiliki produk-produk hasil olahan sendiri-sendiri, yang merupakan hasil kreativitas dan inovasi dari anggota UKM. Untuk memperkenalkan produk mereka ke pasar, selama ini kegiatan promosi yang dilakukan sebatas bazar dan pameran. Banyak produk yang unik dan menarik tetapi belum banyak dikenal oleh masyarakat luas, mengakibatkan banyak produk yang belum terserap ke pasar secara maksimal. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola UMKM Elok Mekar Sari, produk-produk olahan hasil unit usahanya belum, banyak diketahui oleh masyarakat luas. Program kemitraan ini adalah untuk memberikan wadah terhadap produk-produk olahan unit usaha UMKM Elok Mekar Sari untuk meningkatkan *brand awareness* melalui desain produk terutama desain kemasan. Dengan pengembangan *brand awareness*, Pengelola UMKM berharap produk-produknya lebih dikenal oleh masyarakat luas, serapan pasar kuantitasnya besar sehingga bisa memberikan kesejahteraan bagi anggota. Untuk menjawab permasalahan mitra UMKM Elok Mekar Sari tersebut salah satu program kemitraan yang akan dilakukan adalah membuat beberapa desain terutama desain kemasan sebagai media untuk membantu promosi dan meningkatkan *brand awareness* produk-produk unit usaha UMKM Elok Mekar Sari. Demikian juga kegiatan yang akan dilakukan yaitu memberikan pelatihan konsultasi pengembangan produk melalui desain kemasan maupun desain produk lainnya.

**Kata kunci:** UMKM, kesadaran merek, desain produk kemasan

## A. PENDAHULUAN

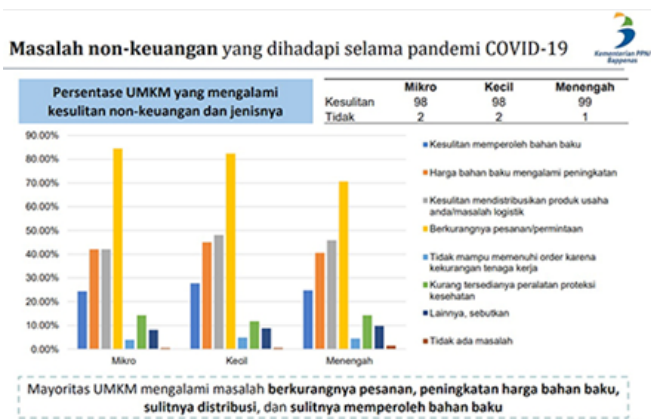
### 1. Dampak Pandemi Covid Pada UMKM

Pandemi Covid mengakibatkan hampir semua sektor bisnis mengalami penurunan daya jual-beli, dampak tersebut dirasakan kuat terutama pada sektor bisnis pada UMKM, menurut data statistik dari Kementerian PPN/Bapenas terkait “Dampak pandemi Covid terhadap UMKM

Desember 2020”, menyebutkan bahwa mayoritas UMKM mengalami kesulitan keuangan dikarenakan penurunan pesanan atau penjualan, kesulitan distribusi bahkan bahan baku. Penurunan daya beli konsumen atau pesanan terhadap produk UMKM menjadi faktor tertinggi bagi masalah keuangan (turun hingga 80–90%).

---

\*Corresponding Author.  
e-mail: yosef@dinamika.ac.id



**Gambar 1 Data Statistik UMKM Terkait Masalah Keuangan**

Selanjutnya dalam data statistik PPN/Bape-nas tersebut menunjukkan mayoritas UMKM di Indonesia melakukan inisiasi berbagai strategi menghadapi dampak pandemi, mulai dari menutup usaha sementara, tidak melakukan apa pun, bahkan memodifikasi barang yang diproduksi.



**Gambar 2 Data Statistik UMKM Terkait Inisiasi Menghadapi Dampak Pandemi**

Menilik Gambar 2, tentu saja inisiasi UM-KM dengan cara tidak melakukan apa-apa dan menutup usaha adalah bukanlah cara yang diharapkan. Untuk itu diperlukan strategi yang dapat dilakukan pihak Dosen PKM untuk membantu pihak UMKM agar nantinya dapat meningkatkan daya beli lagi dengan cara memodifikasi produk.

## 2. Program Peningkatan Daya Jual UMKM Melalui Brand Awareness

Salah satu strategi di dalam peningkatan minat penjualan atau daya beli produk kepada consu-

men adalah melalui strategi penjualan *brand aware-ness* atau kesadaran merek. Menurut Gie (2021) kesadaran merek adalah sejauh mana merek dikenali oleh kelompok sasaran dan dikaitkan dengan produk atau kategori produk. Kesadaran merek adalah tahap pertama secara strategis memengaruhi proses pengambilan keputusan pelanggan.

Kesadaran Merek pada produk perlu dikembangkan dari tahun ke tahun. Saat ini kesadaran merek memiliki peranan sangat penting pada dunia bisnis terutama bagi kelas bisnis UMKM. Kesadaran merek adalah salah satu cara manajemen pada peningkatan alat promosi yang efektif untuk memperkenalkan produk suatu perusahaan, produk baru, memperoleh masukan, mendapatkan order, berkomunikasi dengan pelanggan maupun investor, dan seterusnya.

Selanjutnya dengan peningkatan minat dan pengalaman konsumen terhadap branding, maka ingatan dan loyalitas konsumen terhadap produk akan terus meningkat, pada turunan sistem peningkatan kesadaran merek, peningkatan merek melalui desain kemasan dapat menjadi salah satu solusi bagi UMKM yang ingin mengembangkan bisnis baik di dunia nyata ataupun maya. Dengan kata lain, merek adalah cara meningkatkan produk perusahaan.

Promosi kesadaran merek melalui peningkatan merek desain kemasan dapat dilakukan dengan berbagai cara kepada pihak perusahaan ataupun UMKM, melalui proses pembinaan pada dengan konsultasi dan bimbingan yang perlu dilakukan jika perusahaan tersebut masih berupa UMKM dan hal tersebut dapat dilakukan kepada anggota UMKM dengan harapan produk mereka semakin diminati konsumen.

## 3. UMKM Elok Semolowaru Surabaya

UMKM Elok Mekar Sari merupakan salah satu UMKM yang berada di Kelurahan Semolo-



dibuat masih dirasa kurang baik untuk standar jual dan juga kurangnya pemahaman pihak UMKM terkait promosi untuk mempresentasikan hasil produk pada konsumen.



Gambar 4 Kegiatan Bazar UMKM

Produk-produk hasil olahan unit usaha UMKM Elok Mekar Sari akan lebih cepat dikenal oleh masyarakat luas jika di mendapatkan bantuan bimbingan dari akademisi (Universitas Dinamika) untuk meningkatkan desain dari hasil kreativitas dan inovasi produk melalui desain kemasan. Dengan peningkatan kualitas desain kemasan, Pengelola UMKM Elok Mekar Sari berharap produk-produk hasil unit usahanya bisa dikenal masyarakat luas sehingga daya serap pasarnya semakin besar yang pada gilirannya bisa meningkatkan kesejahteraan anggota.



Gambar 5 Produk-Produk Hasil Olahan Unit Usaha Elok Mekar Sari

Banyak varian produk yang dihasilkan oleh unit pada UMKM Elok Mekar Sari, antara lain keripik jangkrik, ikan lele, jamur, keripik nangka, sayur mayor, dan berbagai macam-macam minuman.

## 5. Justifikasi Pengusul

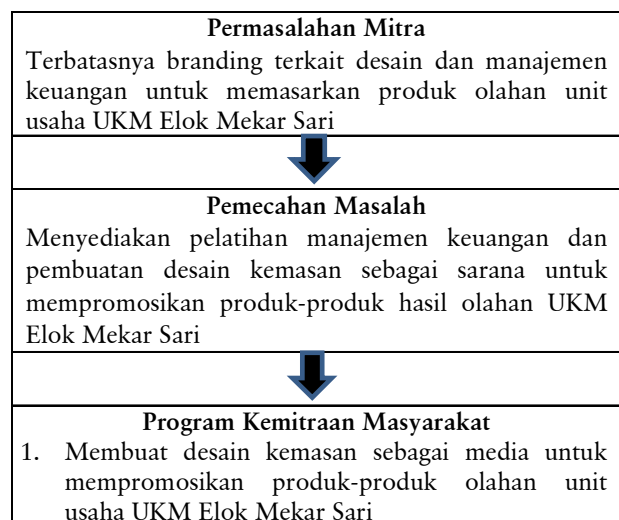
Mengacu pada permasalahan mitra tersebut, solusi yang ditawarkan untuk menjawabnya adalah sebagai berikut.

1. Membuatkan desain kemasan sebagai media untuk membantu meningkatkan kemudahan mempromosikan produk-produk olahan yang dihasilkan oleh UKM Elok Mekar Sari. Dengan desain kemasan yang baru harapannya produk-produk yang dihasilkan oleh unit-unit usaha lebih cepat diterima dan dikenal oleh masyarakat luas dan dapat diakses kapan pun dan di mana pun mereka berada.
2. Memberikan pelatihan manajemen keuangan kepada pengelola UKM Elok Mekar Sari untuk mengelola keuangan yaitu bagaimana tata cara mengoordinasi proses manajemen branding promosi dengan produk yang di jual.

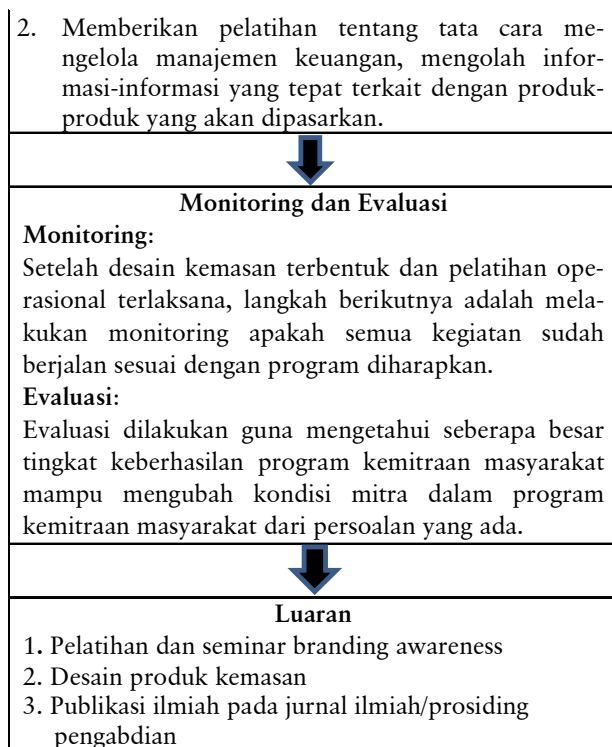
## B. METODE PELAKSANAAN

### 1. Kerangka Pemecahan Masalah

Secara sistematis, kerangka pemecahan masalah yang ada pada mitra dapat dijelaskan pada Gambar 6.







Gambar 6 Kerangka Pemecahan Masalah

## 2. Metode Pendekatan

Dalam Program Kemitraan Masyarakat ini, metode pendekatan yang digunakan untuk mengatasi berbagai persoalan yang dihadapi oleh UMKM Elok Mekar Sari adalah dengan cara pendekatan partisipatif aktif, menurut Andriany (2015) proses dari metode pendekatan partisipatif aktif dapat dilakukan secara berkelanjutan dengan mitra dan tim PKM Universitas Dinamika untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Sebagai pengendali program kemitraan masyarakat berperan aktif melakukan pendampingan dan pembinaan secara berkala kepada mitra.

## 3. Partisipasi Mitra

Agar pelaksanaan pembuatan dan pembinaan desain kemasan ini dapat terlaksana dengan baik maka diperlukan partisipasi pengelola UKM Elok Mekar Sari. Partisipasi yang diharapkan dari mitra adalah sebagai berikut.

1. Bersedia berpartisipasi sebagai narasumber atas informasi-informasi yang dibutuhkan terkait UMKM Elok Mekar Sari.
2. Bersedia mengikuti pembinaan desain kemasan.

## 4. Evaluasi Pelaksanaan Program

Kerjasama yang terjalin diharapkan tidak hanya berhenti seiring dengan berakhirnya program ini. Evaluasi dilakukan dengan melihat secara periodik apakah pengelola UMKM Elok Mekar Sari mampu bersinergi dengan pihak tim PKM untuk mengembangkan Merek Desain Kemasan. Selain itu tim PKM akan tetap berkomunikasi dengan pihak mitra dan mencari informasi tentang kegiatan-kegiatan mitra berikutnya. Berdasarkan informasi tersebut maka dapat dimunculkan ide-ide untuk melakukan penelitian ataupun program kemitraan yang berikutnya.

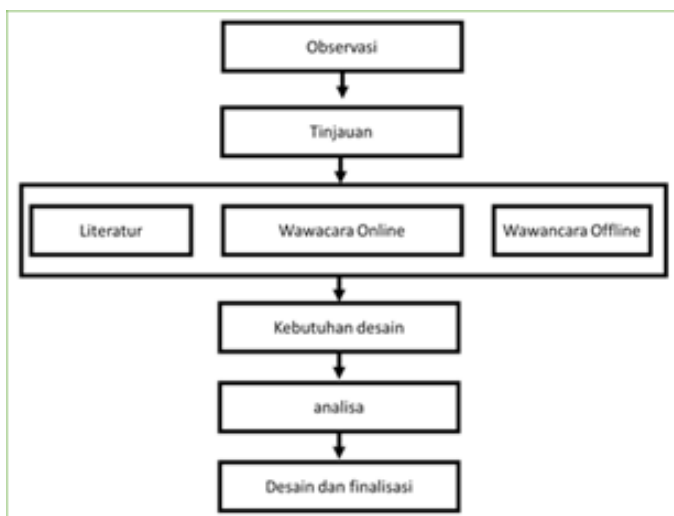
Dalam rencana pengembangan program PKM kali ini, peneliti berusaha mendapatkan data dan literatur terkait kebutuhan dari UKM Elok Mekar Sari. Pendekatan dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan metode kualitatif terstruktur untuk merancang suatu produk menurut Ginting (2009) yakni menggunakan tanya jawab dan wawancara kepada pihak UMKM Elok Mekar Sari. Proses yang dilakukan untuk mendapatkan data kualitatif adalah dengan media online yakni bertanya jawab dengan pihak UMKM melalui media Whatsapp, hal tersebut dilakukan peneliti dikarenakan pada bulan Agustus hingga September 2021 wilayah Kota Surabaya di mana tempat Universitas Dinamika sebagai pihak penyelenggara dan pihak UMKM masih mendapatkan arahan masa PPKM dari pemerintah pusat, sehingga tidak memungkinkan untuk melakukan pertemuan atau seminar secara offline atau langsung.

Tetapi peneliti dalam hal untuk menanggapi PPKM masih dapat bertemu dengan perwakilan

dari UMKM. Di sini peneliti dapat melangsungkan wawancara kepada perwakilan UKM Elok Mekar Sari yakni Ibu Made yang bertugas sebagai ketua UMKM. Dua proses mendapatkan data melalui media Whastupp dan tanya jawab kepada Ibu Made dengan prosedur prokes kesehatan Covid. Diharapkan mampu menggali data kebutuhan terutama yang dibutuhkan pihak UMKM. Setelah peneliti mendapatkan data kebutuhan untuk desain kemasan yang dibutuhkan pihak UMKM maka peneliti berusaha mengolah data dengan tabulasi sederhana kemudian melakukan solusi berupa desain untuk selanjutnya dapat diasistensikan pada pihak UMKM.

Untuk proses desain, peneliti menggunakan teknologi untuk menghasilkan gambar desain. Peneliti dapat secara bertahap melakukan asistensi desain untuk menghasilkan desain yang diharapkan atau sesuai dengan keinginan pihak UMKM. Proses yang terakhir adalah finalisasi desain, setelah peneliti mendapatkan desain yang telah sesuai. Oleh karena itu, peneliti membuat prototipe desain atau membuat cetakan desain sehingga desain dapat diterapkan dan digunakan oleh pihak UMKM menjadi produk yang tepat guna.

**Tabel 1 Alur Metode Kegiatan PKM**



## C. HASIL DAN PEMBAHASAN

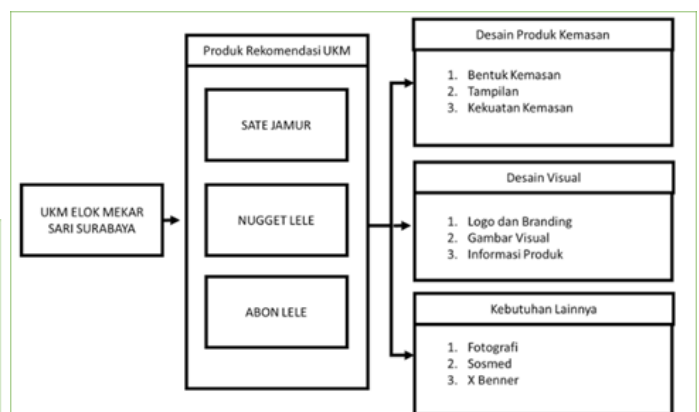
### 1. Hasil Analisis Kebutuhan

Setelah melakukan tinjauan dan observasi didapatkan data dari UMKM Elok Mekar Sari terkait kebutuhan pengembangan kesadaran merek pada produk kemasannya.

**Tabel 2 Kebutuhan Desain pada UMKM**

No.	Keterangan	Kebutuhan
1	Produk yang ingin dikembangkan kemasan dan kesadaran merek	1. Abon lele 2. Nugget lele 3. Sate jamur
2	Yang perlu dikembangkan dari aspek desainnya	1. Logo dan merek 2. Visualnya 3. Informasi produk
3	Yang perlu dikembangkan dari kemasannya	1. Bentuknya 2. Tampilannya
4	Tambahan lain	1. Desain banner untuk promosi 2. Fotografi produk 3. Sosial media (Instagram/Facebook) untuk promosi

**Tabel 3 Alur Kegiatan PKM**



### 2. Hasil Observasi

Peneliti selanjutnya melakukan observasi terkait produk eksisting pada UMKM Elok Mekar Sari untuk melihat detail produk serta pemahaman terhadap kebutuhan konsumen terhadap produk, berikut adalah detail keterangan pada

produk eksisting dari hasil observasi. Produk yang direkomendasikan pihak UMKM untuk dikembangkan desain kemasannya adalah sebagai berikut.

#### a. Abon Lele

Abon lele adalah produk olahan dari UMKM Elok Mekar Sari yang dibuat dari daging lele yang dibudidayakan oleh pihak UMKM, biasa dijual dalam bungkus kemasan plastik 100 gram yang terbuat dari komposisi sebagai berikut. Daging ikan lele segar, bawang merah, bawang putih, ketumbar, kunyit, kemiri, gula, garam, dan rempah-rempah dengan no edar PIRT: 2023578044316-20.

Spesifikasi produk:

1. Jenis produk: makanan olahan jenis abon
2. Berat produk per kemasan: 100 gram (netto)
3. Kemasan: plastik bening tipe pouch
4. Sistem buka tutup kemasan: seller
5. Daya tahan simpan kedaluarsa produk: enam bulan (suhu normal 28-34 celcius)
6. Harga per produk: @Rp 25.000,-
7. Tipe produk: bubuk kering
8. Tipe penggunaan: produk dituang dari kemasan



Gambar 7 Eksisting Abon Lele

#### b. Nugget Lele

Produk nugget lele juga berasal dari olahan daging lele yang dibudidayakan pihak UMKM Elok Mekar Sari dan dikembangkan menjadi

bentuk seperti jenis makanan nugget yang siap untuk digoreng sebelum disantap. Berbeda dengan pengolahan dan sistem simpan produk, untuk produk nugget lele bersifat *frozen food* atau makanan beku sehingga produk ini harus disimpan pada suhu dingin agar nugget tetap kenyal dan daging tidak busuk. Untuk kemasan juga berbeda dari produk abon lele, produk nugget lele ini memakai kemasan yang lebih keras karena produk di dalam kemasan bersifat lebih padat dan tidak digunakan seperti tabur pada produk abon lele.

Produk nugget lele biasanya dijual dalam kemasan 300 gram dengan komposisi: daging lele segar, roti tawar, putih telur, bawang putih, susu, rempah, garam, gula, dan panir.

Spesifikasi produk:

1. Jenis produk: makanan olahan nugget lele
2. Berat produk per kemasan: 300 gram (netto)
3. Kemasan: plastik box
4. Sistem buka tutup kemasan: klip
5. Daya tahan simpan kedaluarsa produk: tiga bulan (suhu dingin 0–10 Celsius)
6. Harga per produk: @Rp 25.000,-
7. Tipe produk: padat
8. Tipe penggunaan: produk diambil batangan dari box



Gambar 8 Eksisting Nugget Lele

#### a. Sate Jamur

Berbeda dengan dua produk sebelumnya yang berasal dari budidaya daging ikan lele, pro-

duk sate jamur adalah berasal dari budidaya jamur pihak UMKM Elok Mekar Sari. Jamur yang dibudidayakan kemudian dibuat beberapa makanan cepat saji seperti sempol jamur dan sate jamur. Sate jamur dijual oleh pihak UMKM berupa paket 10 batang sate jamur dalam plastik mika.

Spesifikasi produk:

1. Jenis produk: sate jamur
2. Berat produk per kemasan: 300 gram (netto)
3. Kemasan: plastik mika
4. Sistem buka tutup kemasan jepret
5. Daya tahan simpan kadaulursa produk: dua hari (suhu biasa 32–38 Celsius)
6. Harga per produk: @Rp 25.000,-
7. Tipe produk: padat
8. Tipe penggunaan: produk diambil batangan dari kemasan



Gambar 9 Eksisting Sate Jamur

Berikut adalah kebutuhan desain dari pihak Elok Mekar Sari terkait pengembangan kesadaran merek melalui desain kemasan.

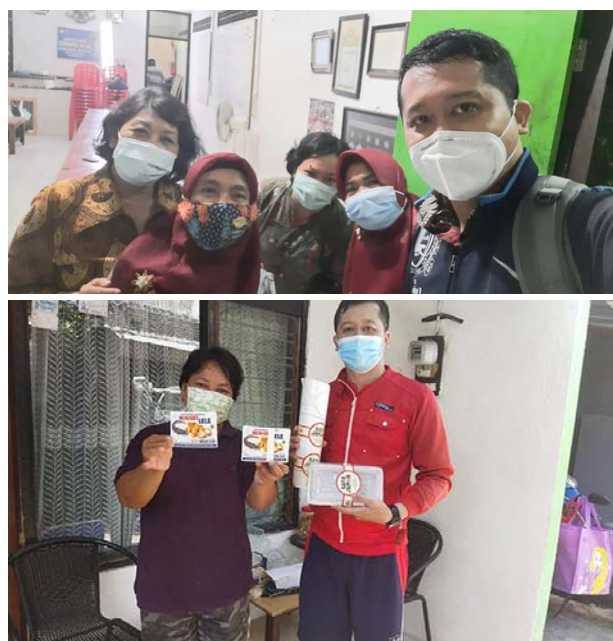
Tabel 4 Daftar Kebutuhan UMKM pada Desain Kemasan

No.	Produk	Kebutuhan Pengembangan pada Kemasan
1	Abon lele	a. Desain grafis kemasan b. Desain logo dan merek kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain gambar abon dan lele pada kemasan e. Desain informasi produk dan komposisi
2	Nugget lele	a. Desain grafis kemasan b. Desain logo dan merek kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain gambar nugget dan lele pada kemasan e. Desain informasi produk dan komposisi
3	Sate jamur	a. Desain grafis kemasan b. Desain logo dan merek Kemasan c. Desain warna kemasan d. Desain bentuk kemasan

### 3. Hasil Wawancara dan Pembinaan

Proses pendekatan tanya jawab dan wawancara juga dilakukan peneliti untuk asistensi dan kontrol proses desain agar masih sesuai dengan apa yang diharapkan oleh peneliti dan pihak UMKM. Wawancara dan pembinaan PKM dilakukan dengan dua cara karena pada waktu proses masih terjadi PPKM sehingga tidak memungkinkan untuk berkumpul dan melakukan seminar, maka cara yang dilakukan adalah sebagai berikut.

1. Wawancara dan pembinaan secara offline dengan pihak perwakilan, proses ini dilakukan peneliti dengan bertanya dan tanya jawab secara langsung pada pihak perwakilan UMKM yang terlibat secara langsung, dalam hal ini adalah pada ketua UKM Elok Mekar Sari dan pihak UMKM pembuat produk yang dikembangkan yakni sate jamur, abon lele, dan nugget lele. Pembinaan dan tanya jawab ini dilakukan secara berkala dan dengan proses agar keamanan dan kenyamanan dapat terjaga.



Gambar 10 Proses Pembinaan kepada Pihak UMKM secara Offline



- Wawancara dan pembinaan secara offline dengan pihak perwakilan. Proses ini dilakukan dengan pihak UMKM dengan menggunakan bantuan teknologi yakni dengan media Whatsapp agar komunikasi secara berkala terkait asistensi proses desain dapat dilakukan meskipun tidak bertemu secara langsung dan dalam jarak yang jauh. Hal ini juga dilakukan karena pada waktu PKM ini dilakukan, kondisi Kota Surabaya masih PPKM.



Gambar 11 Pembinaan kepada Pihak UKM secara Online

#### 4. Hasil Desain

Setelah peneliti mendapatkan data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Selanjutnya peneliti melakukan proses desain. Di sini data-data tersebut diolah menjadi bentuk suatu desain untuk kemasan produk yang telah memenuhi atribut dari kebutuhan kemasan. Program yang digunakan adalah Corel Draw.

Desain yang sudah tampak dan terwujud selanjutnya dilakukan asistensi beberapa kali kepada pihak UMKM untuk mendapatkan hasil validasi akhir. Hasil desain akhir selanjutnya dicetak untuk kemudian dapat diterapkan pada kemasan.

No.	Keterangan	Hasil Desain
1	Abon lele	
2	Nugget lele	
3	Sate jamur	

Gambar 12 Hasil Desain Kemasan

#### Hasil Penerapan Desain pada Produk

No.	Keterangan	Hasil Desain
1	Abon lele	

2	Nugget lele	
3	Sate jamur	
4	Desain banner UMKM (2x2 meter)	
5	Desain sosmed (Facebook @UKM elok mekar sari)	

Gambar 13 Hasil Desain kemasan

## D. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

PKM ini bertujuan utama adalah untuk mendapat desain kemasan yang diinginkan dari selera mitra UMKM dan konsumen melalui tahapan dan prosedur yang rinci, desain kemasan dalam PKM ini menjadi subjek penting untuk meningkatkan merek produk dari UMKM Elok Semolowaru sehingga diharapkan produk mereka dapat tetap memiliki nilai jual yang baik setelah mengalami penurunan penjualan di masa pandemi. Setelah desain terselesaikan terbukti dengan beberapa penjualan melalui desain kemasan yang baru, tingkat penjualan kepada konsumen mereka meningkat kembali dan lebih lanjut perputaran ekonomi dari UMKM Elok Semowaru dapat berlangsung kembali.

Rekomendasi untuk PKM mendatang adalah terkait pada pengembangan bidang promosi lainnya pada UMKM seperti pengembangan pada sosial media, fotografi, videografi, rombongan, outlet, website, dan lain-lain. Hal tersebut diperlukan karena untuk meningkatkan merek melalui promosi harus melibatkan berbagai aspek penjualan, tidak hanya melalui kemasan saja. Namun sebagai langkah awal yang dimulai penulis melalui peningkatan merek dari desain kemasan diharapkan peneliti PKM selanjutnya dapat lebih berorientasi pada strategi peningkatan merek dari aspek lainnya.

## E. ACKNOWLEDGEMENTS

Pada proses pekerjaan artikel dan kegiatan PKM ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih terhadap pihak Universitas Dinamika terutama pada bagian PPM (Pusat Penelitian dan Pengabdian Masyarakat) yang telah banyak membantu dan membimbing tentang prosedur PKM yang baik dan benar. Selanjutnya penulis juga mengucapkan banyak terima kasih kepada UKM

Elok Mekar Sari Surabaya yang diketuai oleh Ibu Made yang sangat terbuka, ramah, dan santun dalam menerima kehadiran penulis serta mau memberikan informasi-informasi terkait dengan PKM kali ini sehingga artikel dan tugas PKM dapat berjalan dengan lancar.

## F. DAFTAR RUJUKAN

- Dewi Andriany. (2015). “Pengembangan Model Pendekatan Partisipatif dalam Memberdayakan Masyarakat Miskin Kota Medan untuk Memperbaiki Taraf Hidup”. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (Snema) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*. ISBN: 978-602-17129-5-5.
- Facebook.com/elok.mekar.sari/.
- <https://accurate.id/marketing-manajemen/brand-awareness/>.
- Kajian Kebijakan Penanggulangan Dampak Covid-19 terhadap UMKM -Survei Kebutuhan Pemulihan Usaha Bagi UMKM Indonesia - Data Statistik Kementerian PPN/ Bappenas - <https://www.bappenas.go.id>.
- Rosnani Ginting. (2009). *Perancangan Produk*. Jakarta: Graha Ilmu.

Yosef R., Martinus S.E., Jason U.W., Yolanda W. / PKM UKM Elok Mekar Sari Surabaya melalui Pembinaan Manajemen Desain Produk Kemasan untuk Meningkatkan “Kesadaran Merek” / LeECOM, Vol. 4, No. 1, Mei 2022, pp. 1–12