

PROPOSAL

PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT



Teknik Pengemasan Produk UMKM

Oleh:

Dr. Agus Syukur M.Pd (0328088803)

Ratna Puspita, SE.MM (0301097001)

Luky Fabrianto, M. Kom (0305027608)

Aida Salma Tsabitah (25240043)

Shahnaz Hafiza Bilqis (25240023)

Dafih Okta Rahman (25240029)

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

SEPTEMBER

2025

HALAMAN PENGESAHAN

- 1. Judul : Teknik Pengemasan Produk UMKM
- 2. Mitra : Univesrsitas Nusamandiri Jatiwaringin
- 3. Ketua Pelaksana
 - a. Nama Lengkap : Agus Syukur
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP : 202109174
 - d. Jabatan Fungsional :
 - e. Program Studi : S1 - Bisnis Digital
 - f. Email : agus.gss@nusamandiri.ac.id
- 4. Jumlah Anggota : 2
 - Nama Anggota : Luky Fabrianto
 - Ratna Puspita Se,mm
- Mahasiswa yang terlibat : 3 Orang
- 5. Lokasi Kegiatan/Mitra
 - a. Wilayah Mitra : Jakarta Timur
 - b. Kabupaten/Kota : Jakarta Timur
 - c. Propinsi : DKI Jakarta
- 6. Biaya : Rp.3.400.000,-

Jakarta, 3 September 2025

Mengetahui
Ketua LPPM Universitas Nusa Mandiri

Ketua Pelaksana



**Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM,
ASEAN.Eng**



Dr. Agus Syukur M.Pd

RINGKASAN

Pengemasan produk bagi UMKM memiliki urgensi tinggi sebagai strategi pemasaran yang tidak hanya melindungi produk, tetapi juga meningkatkan nilai jual, diferensiasi merek, serta kepercayaan konsumen. Tujuan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah memberikan pemahaman dan pelatihan teknik pengemasan yang efektif, fungsional, dan estetis, sesuai dengan prinsip desain yang informatif, ramah lingkungan, serta berorientasi pada pasar. Luaran yang ditargetkan adalah meningkatnya kemampuan UMKM dalam merancang kemasan yang menarik dan profesional, mampu bersaing di pasar modern, serta menerapkan inovasi seperti eco-packaging dan smart packaging melalui integrasi QR code. Diharapkan, melalui pendampingan ini, UMKM dapat mengoptimalkan fungsi kemasan sebagai alat promosi dan perlindungan produk, sekaligus meningkatkan daya saing dan nilai ekonomis produk mereka.

Kata Kunci: Pengemasan Produk; UMKM; Desain Kemasan; Nilai Jual; Inovasi Kemasan.

DAFTAR ISI

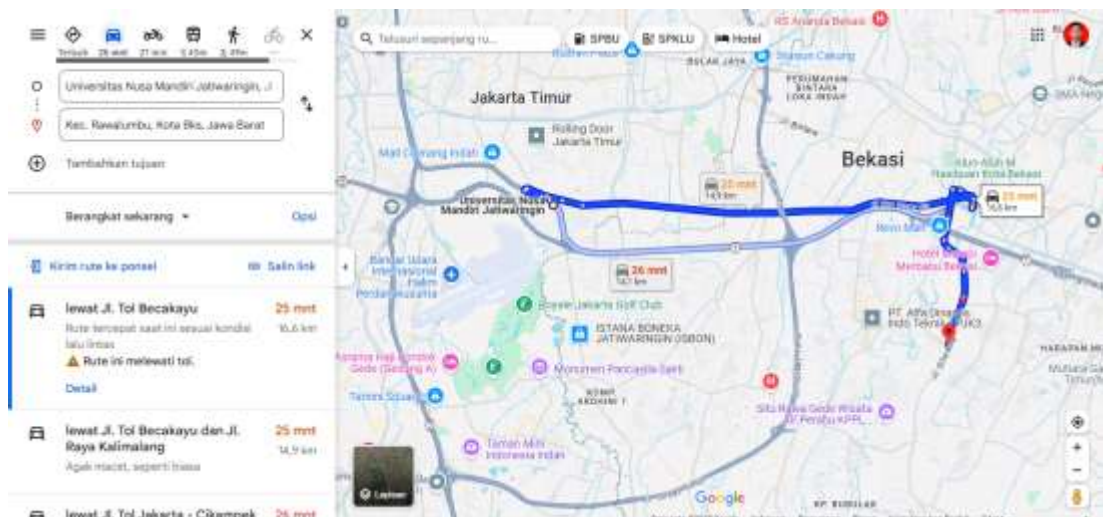
COVER	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
RINGKASAN	iii
DAFTAR ISI	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Analisis Situasi	1
1.2. Identifikasi Masalah Mitra	1
1.3. Solusi Permasalahan	2
1.4. Rencana Pelaksanaan	3
BAB II TARGET DAN LUARAN	5
2.1. Target	5
2.2. Luaran	5
BAB III METODE PENGABDIAN MASYARAKAT	8
BAB IV BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN	10
4.1. Anggaran Biaya	10
4.2. Jadwal Kegiatan	11
DAFTAR PUSTAKA	12

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Di zaman digitalisasi yang terus berkembang, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dituntut untuk tidak hanya mampu menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memiliki keterampilan dalam mengemas produk secara kekinian [1]. Aplikasi modern yang gratis dan murah, bisa dijadikan alat untuk membuat kemasan yang menarik, efisien, dan ramah lingkungan [2]. Namun, pada kenyataannya, masih banyak UMKM yang belum memanfaatkan peluang ini secara optimal [3]. Mereka seringkali terkendala oleh kurangnya pengetahuan desain, keterbatasan akses terhadap bahan kemasan yang terjangkau dan berkelanjutan, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran [4]. Akibatnya, banyak produk UMKM yang tampil kurang kompetitif, baik dari segi visual maupun fungsionalitas, sehingga sulit menembus pasar yang lebih luas atau bersaing dengan produk sejenis. Oleh karena itu, pendampingan dalam hal teknik pengemasan, pemilihan bahan, dan pemanfaatan teknologi desain menjadi sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing dan nilai jual produk UMKM di era digital.



Gambar 1. Lokasi Peta Yayasan Genggam Tangan Indonesia

Namun, pada kenyataannya, masih banyak UMKM yang binaan Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) di Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi, yang

belum memanfaatkan peluang ini secara optimal. Mereka seringkali terkendala oleh kurangnya pengetahuan desain, keterbatasan akses terhadap bahan kemasan yang terjangkau dan berkelanjutan, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya kemasan sebagai bagian dari strategi branding dan pemasaran [5]. Akibatnya, banyak produk UMKM yang tampil kurang kompetitif, sehingga sulit menembus pasar yang lebih luas. Melalui kolaborasi dengan Yayasan GTI yang telah aktif dalam pendampingan usaha, kegiatan pengabdian ini hadir untuk memberikan solusi konkret berupa pelatihan teknik pengemasan, desain, dan pemilihan bahan, guna meningkatkan daya saing dan nilai jual produk UMKM mitra [6].

1.2. Identifikasi Masalah Mitra

Berdasarkan analisis situasi, berikut adalah identifikasi masalah yang dihadapi oleh mitra, **Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI)** dan para UMKM binaannya di Kecamatan Rawalumbu, Kota Bekasi:

1. **Rendahnya Pengetahuan Desain Kemasan:** Pelaku UMKM masih kurang memahami prinsip-prinsip desain kemasan yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas brand mereka.
2. **Keterbatasan Akses ke Bahan Kemasan:** Kesulitan dalam menemukan dan memperoleh bahan kemasan yang terjangkau, berkualitas, dan ramah lingkungan (*eco-friendly*) untuk digunakan pada produk mereka.
3. **Minimnya Kesadaran akan Pentingnya Kemasan:** Persepsi bahwa kemasan hanya sekadar pembungkus, bukan sebagai alat strategis untuk meningkatkan nilai jual, branding, dan diferensiasi produk di pasar.
4. **Belum Optimalnya Pemanfaatan Teknologi:** Kurangnya kemampuan dalam memanfaatkan aplikasi desain yang mudah diakses (gratis dan murah) untuk menciptakan desain kemasan yang profesional dan kekinian.
5. **Dayasaing Produk yang Lemah:** Produk UMKM kalah bersaing secara visual dengan produk sejenis di pasaran, baik di toko modern maupun platform digital, akibat kemasan yang kurang menarik dan tidak profesional.

1.3. Solusi Permasalahan

Berdasarkan identifikasi masalah yang dihadapi mitra, berikut adalah solusi yang ditawarkan dalam bentuk tabel:

Tabel 1. Solusi Permasalahan

Permasalahan	Solusi	Keterangan
Rendahnya Pengetahuan Desain Kemasan	Menyelenggarakan Pelatihan Desain Kemasan	Pelatihan akan mencakup prinsip dasar desain (simpler, fungsional, estetis), pemilihan warna dan font, serta penempatan elemen informasi yang baik untuk menciptakan kemasan yang menarik dan profesional
Minimnya Kesadaran akan Pentingnya Kemasan	Sosialisasi Fungsi Kemasan	Melalui workshop dan studi kasus, ditunjukkan bagaimana kemasan yang baik dapat meningkatkan nilai jual, membangun citra merek, dan menjadi alat pemasaran yang efektif untuk membedakan diri dari pesaing
Belum Optimalnya Pemanfaatan Teknologi	Pelatihan Aplikasi Desain Sederhana	Memberikan pelatihan hands-on menggunakan aplikasi desain yang user-friendly dan gratis (seperti Canva) untuk membuat desain kemasan secara mandiri, efisien, dan berkualitas

1.4. Rencana Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengusung tema “Teknik Pengemasan Produk UMKM” dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran pelaku UMKM bahwa kemasan bukan sekadar pembungkus, melainkan strategi pemasaran penting untuk meningkatkan nilai jual, citra merek, dan daya saing produk.. Kegiatan ini menyasar pelaku UMKM binaan Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) yang telah memiliki kemasan namun belum optimal dalam hal pembuatannya.

Rencana pelaksanaan kegiatan akan dilakukan secara *offline* (tatap muka) dan berlokasi di Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin. Pelatihan akan

dilaksanakan dengan metode presentasi interaktif, studi kasus, dan praktik langsung. Tim pengabdian dari Universitas Nusa Mandiri akan memberikan materi tentang prinsip desain kemasan (simple, fungsional, estetik, informatif), pemilihan bahan yang aman dan ramah lingkungan, pemanfaatan aplikasi desain digital (seperti Canva) untuk membuat layout yang menarik, serta integusi elemen branding dan informasi produk yang wajib pada kemasan. Peserta akan didampingi secara langsung dalam merancang dan membuat konten yang dapat digunakan untuk promosi produk UMKM masing-masing.

1. Hari/Tanggal : Sabtu, 20 September 2025
2. Waktu : 08.00 WIB s/d selesai
3. Lokasi Kegiatan : Universitas Nusa Mandiri, Kampus Jatiwaringin
4. Penanggung Jawab : Ir. Andi Saryoko, M.Kom, IPM, ASEAN. Eng
5. Ketua Pelaksana : Dr. Agus Syukur M.Pd
6. Tutor : Ratna Puspita
7. Anggota : Luky Fabrianto, M.Kom
Aida Salma Tsabitah
Shahnaz Hafiza Bilqis
Dafih Okta Rahman

BAB II

TARGET DAN LUARAN

2.1. Target

Berikut adalah target dan capaian yang ingin diraih dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini:

1. Pengetahuan & Kesadaran: Peserta memahami fungsi strategis kemasan sebagai alat perlindungan, promosi, dan peningkatan nilai jual produk, serta pentingnya kemasan ramah lingkungan.
2. Keterampilan Teknis: Peserta mampu mendesain kemasan yang menarik secara mandiri menggunakan aplikasi desain sederhana (seperti Canva) dan memilih bahan kemasan yang tepat sesuai jenis produk.
3. Peningkatan Kualitas Produk: Terjadi peningkatan kualitas visual dan fungsionalitas kemasan produk UMKM mitra, yang tercermin dari desain yang lebih profesional, informatif, dan sesuai identitas merek.
4. Dampak Ekonomi: Meningkatnya daya saing dan nilai jual produk UMKM mitra, yang berdampak pada perluasan jangkauan pasar (termasuk ke ritel modern atau platform digital) dan peningkatan pendapatan.

2.2 Luaran

Luaran yang diharapkan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah meningkatnya keterampilan peserta dalam merancang dan membuat kemasan produk mereka. Para pelaku UMKM dari Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) diharapkan mampu prinsip desain kemasan (simple, fungsional, estetis, informatif), pemilihan bahan yang aman dan ramah lingkungan, pemanfaatan aplikasi desain digital (seperti Canva) untuk membuat layout yang menarik, serta integusi elemen branding dan informasi produk yang wajib pada kemasan. Selain itu, kegiatan ini juga ditargetkan menghasilkan luaran berupa draf kemasan dari masing-masing peserta yang dapat langsung diterapkan. Sebagai bagian dari diseminasi pengetahuan, kegiatan ini juga akan didokumentasikan dalam bentuk publikasi di media massa serta artikel ilmiah yang akan dikirimkan ke jurnal nasional, baik yang terakreditasi maupun tidak terakreditasi, sehingga hasil kegiatan dapat memberikan dampak lebih luas bagi pengembangan literasi digital dan pemasaran UMKM di Indonesia.

Tabel 2. Target Luaran

No	Jenis Luaran	Indikator Capaian	Status Capaian
1	Publikasi di jurnal ilmiah cetak atau elektronik	Artikel di Jurnal Internasional	Draft
		Artikel di Jurnal Nasional Terakreditasi	Draft
		Artikel di Jurnal Nasional Tidak Terakreditasi	Draft
2	Artikel ilmiah dimuat di prosiding cetak atau elektronik	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
3	Artikel di media masa cetak atau elektronik	Nasional	Draft
		Lokal	Draft
4	Dokumentasi pelaksanaan	Video kegiatan	Tidak ada
5	(Keynote Speaker/Invited) dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada
		Lokal	Tidak ada
6	Pembicara tamu (Visiting Lecturer)	Internasional	Tidak ada
7	Kekayaan Intelektual (KI)	Paten	Tidak ada
		Paten Sederhana	Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada
		Hak Cipta	Tidak ada
		Merk Dagang	Tidak ada
		Rahasia Dagang	Tidak ada
		Desain Produk Industri	Tidak ada
		Indikasi Geografis	Tidak ada
8	Buku ber ISBN		Tidak ada
9	Book chapter		Tidak ada
10	Mitra Non Produktif	Pengetahuannya meningkat	Ada
		Keterampilannya meningkat	Ada
		Kesehatannya meningkat	Tidak ada
		Pendapatannya meningkat	Ada
		Pelayanannya meningkat	Ada
11	Mitra Produktif Ekonomi/Perguruan Tinggi	Pengetahuannya meningkat	Tidak ada
		Keterampilannya meningkat	Tidak ada
		Kualitas produknya meningkat	Tidak ada
		Jumlah produknya meningkat	Tidak ada
		Jenis produknya meningkat	Tidak ada
		Kapasitas produksi meningkat	Tidak ada
		Berhasil melakukan ekspor	Tidak ada
		Berhasil melakukan pemasaran antar Pulau	Tidak ada
		Jumlah aset meningkat	Tidak ada
		Jumlah omsetnya meningkat	Tidak ada
		Jumlah tenaga kerjanya meningkat	Tidak ada

		Kemampuan manajemennya meningkat	Tidak ada
		Keuntungannya meningkat	Tidak ada
		Income generating PT meningkat	Tidak ada
		Produk tersertifikasi	Tidak ada
		Produk terstandarisasi	Tidak ada
		Unit usaha berbadan hukum	Tidak ada
		Jumlah wirausaha baru mandiri	Tidak ada

BAB III

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Kegiatan pengabdian masyarakat bersama Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) dilaksanakan melalui pendekatan ceramah, diskusi interaktif, dan praktik langsung yang bersifat edukatif dan aplikatif. Metode ini dipilih agar peserta memahami konsep teknik pengemasan dan juga mampu mengaplikasikannya secara langsung dalam konteks bisnis mereka. Tahapan pelaksanaan kegiatan ini adalah sebagai berikut:

1. Koordinasi dan Kerjasama dengan Mitra

Tim pengabdian menjalin komunikasi awal dengan pihak Yayasan Genggam Tangan Indonesia (GTI) untuk mengidentifikasi kebutuhan mitra dan menyepakati teknis pelaksanaan kegiatan, termasuk jumlah peserta dan waktu pelaksanaan.

2. Persiapan Materi dan Sarana Pelatihan

Tim menyusun materi pelatihan yang mencakup prinsip desain kemasan (simple, fungsional, estetik, informatif), pemilihan bahan yang aman dan ramah lingkungan, pemanfaatan aplikasi desain digital (seperti Canva) untuk membuat layout yang menarik, serta integusi elemen branding dan informasi produk yang wajib pada kemasan.

3. Pelaksanaan Kegiatan di Universitas Nusa Mandiri Kampus Jatiwaringin

Kegiatan dilaksanakan secara tatap muka di ruang pelatihan yang telah disiapkan. Acara diawali dengan pembukaan oleh perwakilan Yayasan GTI dan pihak Universitas Nusa Mandiri, dilanjutkan dengan penyampaian tujuan kegiatan.

4. Penyampaian Materi

Materi disampaikan secara terstruktur melalui metode ceramah interaktif yang disertai dengan contoh nyata penerapan copywriting pada media sosial. Peserta diajak memahami pentingnya komunikasi persuasif dalam pemasaran digital.

5. Sesi Praktik

Peserta melakukan praktik langsung menyusun konten pemasaran berdasarkan formula yang telah dipelajari, dengan bantuan Canva sebagai alat bantu perancangan. Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian untuk memastikan peserta memahami alur dan dapat menghasilkan draf kemasan yang sesuai.

6. Diskusi, Tanya Jawab, dan Presentasi Hasil Praktik

Sesi ini menjadi ruang interaksi antara peserta dan tim pengabdian untuk menggali pemahaman lebih lanjut, sekaligus mengevaluasi hasil praktik. Beberapa peserta dipilih untuk mempresentasikan hasil draf kemasan yang telah mereka buat.

7. Penutupan dan Refleksi Kegiatan

Kegiatan ditutup dengan penyampaian kesan dan pesan dari peserta dan mitra, serta refleksi singkat dari tim pelaksana tentang keberhasilan kegiatan dan rencana tindak lanjut.

BAB IV

BIAYA DAN JADWAL KEGIATAN

4.1. Anggaran Biaya

Adapun anggaran pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini kami sajikan dalam Tabel 3 berikut:

Tabel 3. Rencana Anggaran Biaya

No	Uraian	Qty	Harga	Jumlah
1. Akomodasi (Perjalanan/Penginapan)				
a.	Transportasi	2	Rp. 200.000,-	Rp. 200.000,-
Subtotal				Rp. 200.000,-
2. Peralatan				
a.	Biaya pembuatan proposal dan laporan kegiatan	2	Rp. 50.000,-	Rp. 100.000,-
b.	Biaya pembuatan modul	20	Rp. 10.000,-	Rp. 200.000,-
Subtotal				Rp. 300.000,-
3. Perlengkapan & Makanan				
a.	Spanduk	1	Rp. 100.000,-	Rp. 100.000,-
b.	Souvenir	20	Rp. 25.000,-	Rp. 500.000,-
c.	ATK	1	Rp. 100.000,-	Rp. 100.000,-
Subtotal				Rp. 700.000,-
4. Biaya Lain-lain				
a.	Snack	25	Rp. 20.000,-	Rp. 500.000,-
b.	Makan	25	Rp. 50.000,-	Rp. 1.500.000,-
c.	Biaya administrasi berkas ke mitra	1	Rp. 100.000,-	Rp. 100.000,-
d.	Biaya lain-lain	1	Rp. 100.000,-	Rp. 100.000,-
Subtotal				Rp. 2.200.000,-
Total				Rp. 3.400.000,-

4.2. Jadwal Kegiatan

Berikut ini adalah time line dari kegiatan pengabdian masyarakat yang bertema “Pelatihan Teknik Pengemasan pada UMKM” untuk Yayasan Genggam Tangan Indonesia.

Tabel 4. Jadwal Kegiatan Pengabdian

No.	Uraian Kegiatan	Bulan ke					
		1	2	3	4	5	6
1.	Survei lapangan dan peninjauan awal dengan mitra GTI						
2.	Pengajuan perizinan kegiatan kepada pihak kampus dan mitra						
3	Pembuatan proposal dan sosialisasi kegiatan pengabdian masyarakat						
4	Pembuatan dan finalisasi materi pelatihan Teknik pengemasan						
5	Pelatihan Teknik pengemasan						
6	Pengumpulan dokumentasi, surat keterangan mitra, dan pembuatan press release						
7	Penyusunan laporan kegiatan pengabdian masyarakat dan artikel ilmiah						

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Widiati, “Peranan Kemasan (Packaging) Dalam Meningkatkan Pemasaran Produk Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Di ‘Mas Pack’ Terminal Kemasan Pontianak,” *JAAKFE UNTAN (Jurnal Audit dan Akunt. Fak. Ekon. Univ. Tanjungpura)*, vol. 8, no. 2, pp. 67–76, 2020, doi: 10.26418/jaakfe.v8i2.40670.
- [2] S. Sufaidah, N. Aminah, M. Ayu Prasasti, D. Oktavianti, K. A. Wahab Hasbullah, and U. K. A Wahab Hasbullah, “Pengembangan Kualitas Produk UMKM Melalui Inovasi Kemasan dan Digital Marketing,” *Jumat Ekon. J. Pengabd. Masy.*, vol. 3, no. 3, pp. 152–156, Dec. 2022, doi: 10.32764/ABDIMASEKON.V3I3.3195.
- [3] M. F. Najib, Agustunus Februadi, Tjetjep Djarnika, Wahyu Rafdinal, Carolina Magdalena Lasambouw, and Neneng Nuryati, “Inovasi Desain Kemasan (Packaging) sebagai Faktor Peningkatan Daya Saing Produk UMKM di Desa Ciwarua, Kabupaten Bandung Barat,” *Din. J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 1, pp. 56–64, 2022, doi: 10.31849/dinamisia.v6i1.8397.
- [4] P. Pengembangan, K. P. Bagi, U. Kota, B. Mashadi, and A. Munawar, “Pendampingan Pengembangan Kemasan Produk Bagi UMKM Kota Bogor,” *J. Abdimas Dedik. Kesatuan*, vol. 2, no. 1, pp. 1–8, Jan. 2021, doi: 10.37641/JADKES.V2I1.1402.
- [5] I. M. Competitiveness, “Jurnal Abdimas Perbanas,” *J. Pengabd. Kpd. ...*, vol. 3, no. 2, pp. 38–46, 2022, [Online]. Available: <https://pdfs.semanticscholar.org/bbfc/3c048b69249cd0b4346ca9c8f0b09a9f35a1.pdf>
- [6] J. H. Prasetyo *et al.*, “Jurnal Abdimas Perbanas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Perbanas Institute Jakarta Pelatihan Pengenalan Teknologi dan Digitalisasi untuk Bisnis UMKM,” 2025, [Online]. Available: <https://journal.perbanas.id/index.php/JAP/>