

## PENERAPAN DESAIN KEMASAN HASIL PENELITIAN DALAM MEMPERKUAT IDENTITAS DAN DAYA SAING UMKM KERIPIK TEMPE

Novi Purnama Sari<sup>1\*</sup>, Wiwi Prastiwinarti<sup>2</sup>, Anneke Hazima Putri Amir<sup>3</sup>, Abdillah Nur Fatah<sup>4</sup>, Rizwan<sup>5</sup>

Program Studi Teknologi Industri Cetak Kemasan, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Indonesia

\* Penulis Korespondensi : novi.purnamasari@grafika.pnj.ac.id

### Abstrak

Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing kedua UMKM di pasar global melalui implementasi redesign kemasan dan peningkatan wawasan melalui pelatihan. Metode pelaksanaan mencakup implementasi hasil desain yang diperoleh dari hasil penelitian serta pendampingan melalui pelatihan. Proses perancangan ulang kemasan dikembangkan menggunakan metode Kansei Engineering untuk menerjemahkan persepsi konsumen menjadi elemen desain yang efektif dengan melibatkan responden dan panelis ahli. Materi pelatihan mencakup fungsi strategis desain kemasan, pemilihan material, dan strategi penjualan. Hasil utama dari program ini adalah produk kemasan tercetak yang fungsional, menarik, dan mampu melindungi produk secara optimal, yang secara langsung menjawab permasalahan kerusakan dan meningkatkan nilai jual. Program pengabdian kepada masyarakat untuk UMKM keripik tempe di Kebayoran Baru telah berhasil meningkatkan pemahaman mengenai desain kemasan. Hal ini terbukti dari peningkatan skor pengetahuan peserta dari rata-rata 4,1 (tes awal) menjadi di atas 4,7 (tes akhir). Keberhasilan program penyuluhan dan praktik ini menjadi dasar yang kuat, di mana penerapan hasil desain kemasan yang baru diharapkan dapat secara efektif meningkatkan daya saing produk UMKM.

**Kata kunci:** Kansei Engineering, Pengabdian Masyarakat, Redesain Kemasan, UMKM.

### Abstract

This community service program aims to improve the competitiveness of both MSMEs in the global market through the implementation of packaging redesign and increased knowledge through training. The implementation methods include the implementation of design results obtained from research and assistance through training. The packaging redesign process was developed using the Kansei Engineering method to translate consumer perceptions into effective design elements, involving respondents and expert panelists. The training material covers the strategic functions of packaging design, material selection, and sales strategies. The main outcome of this program is functional, attractive, and optimally protective printed packaging products, which directly address the issue of damage and increase sales value. The community service program for tempeh chip MSMEs in Kebayoran Baru has successfully increased understanding of packaging design. This is evident from the increase in participants' knowledge scores from an average of 4.1 (initial test) to above 4.7 (final test). The success of this outreach and practice program provides a strong foundation, where the application of new packaging design results is expected to effectively increase the competitiveness of MSME products.

**Keywords:** Community Service, Kansei Engineering, MSMEs, Packaging Redesign.

### 1. PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. UMKM di Indonesia telah berkontribusi besar

pada pendapatan nasional dan membuka banyak lapangan pekerjaan [1]. Berdasarkan data dari Rencana Strategis Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto

(PDB) nasional terus mengalami peningkatan dan mencapai angka yang signifikan, yaitu sebesar 65% pada tahun 2019 [2]. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), data jumlah sektor UMKM tahun 2022 yang berpengaruh dan tertinggi dalam pertumbuhan ekonomi adalah UMKM makanan dengan jumlah 1.592.318 unit dan pada tahun 2024 meningkat mencapai 1,7 juta unit dan mempekerjakan 3,6 juta orang.

Keripik Tempe “Mama Tina” salah satu UMKM makanan dengan menghasilkan penjualan yang sangat baik. Produk ini telah mencapai penjualan kumulatif lebih dari 10.000 pcs dengan rating rata-rata 4.9 dari 5 berdasarkan penilaian konsumen di berbagai saluran penjualan *online* dan *offline*. Produk ini memiliki kapasitas produksi 150-200 kg per hari dengan estimasi keuntungan rata-rata sebesar Rp.10.000.000 per hari dan mampu menyerap tenaga kerja lebih dari 21 orang. Keripik tempe “Mama Tina” tidak hanya dipasarkan di Indonesia. Produknya juga telah berhasil diekspor ke berbagai negara, termasuk Singapura, Thailand, dan Uni Emirat Arab. Proporsi produksi harian yang dialokasikan untuk pasar ekspor mencapai 30%. Tingkat penjualan yang positif mengindikasikan bahwa produk memiliki prospek pertumbuhan yang berkelanjutan [3]. Namun, tidak didukung dengan kemasan yang sesuai.

Kemasan keripik tempe Mama Tina saat ini masih banyak kekurangan. Kemasan yang digunakan masih berupa plastik transparan menggunakan *zip lock* dengan label produk berupa stiker yang ditempelkan, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1. merupakan tampilan kemasan UMKM saat ini. Informasi yang tercantum pada label tersebut relatif minim dan desain kemasan yang tidak menarik. Desain label dan kemasan tidak hanya berfungsi sebagai identitas produk, tetapi juga sebagai sarana interaksi antara produsen dan konsumen serta memiliki pengaruh psikologis yang signifikan dalam hal penjualan [4]. Permasalahan lainnya terdapat pada saat pendistribusian kemasan yang mengakibatkan produk mudah hancur dan belum dapat menjaga umur simpan produk. Sehingga, produk perlu dilakukan pengembangan kemasan.



**Gambar 1.** Produk UMKM Keripik Tempe Mama Tina

Keripik tempe “Sheilla Snack” merupakan UMKM perintis dengan jumlah penjualan yang cukup

baik. Produksi keripik tempe ini mencapai 30 kg - 50 kg per hari dan pendapatan mencapai Rp3.750.000 per hari dengan jumlah 5 karyawan. Produk ini dijual dan dipasarkan oleh perusahaan lain dengan merek mereka sendiri (*white label*) dan sudah dipercaya di berbagai tempat salah satunya Mall Gandaria City. Namun, kemasan keripik tempe Shiella Snack masih memiliki banyak kekurangan. Kemasan yang digunakan saat ini tidak kokoh, dikemas dengan plastik transparan sehingga jika produk hancur atau rusak terlihat jelas. Kemasan UMKM Sheilla Snack ditunjukkan pada Gambar 2. Kemasan keripik tempe Sheilla Snack tidak menunjukkan informasi yang lengkap dan jelas tentang produk keripik tempe serta tidak sesuai dengan regulasi kemasan. Produk sering mendapat keluhan dalam pembelian online karena produk yang hancur ketika dalam perjalanan.



**Gambar 2.** Produk UMKM Shiella Snack

Berdasarkan kondisi tersebut, tujuan program pengabdian masyarakat ini adalah meningkatkan penjualan UMKM melalui optimalisasi desain kemasan dan label yang menarik, perancangan struktur dan material kemasan yang sesuai, produksi kemasan yang selaras dengan karakteristik produk, dan pengembangan kemasan inovatif guna meningkatkan daya saing dan nilai jual. Desain kemasan yang akan dicetak merupakan hasil penelitian perencanaan pengembangan kemasan primer menggunakan metode Kansei Engineering berbasis konsumen. Oleh karena itu, diharapkan hasil desain kemasan yang diperoleh dapat dilanjutkan ke tahap perolehan hak cipta.

## 2. METODE

Bab ini menguraikan metode pelaksanaan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian. Penjelasan mencakup pendekatan kegiatan, subjek, lokasi, serta prosedur pelaksanaan dan evaluasi untuk mencapai tujuan program pelaksanaan kegiatan pelatihan bagi mitra UMKM dilaksanakan melalui lima tahapan utama yang telah diilustrasikan pada Gambar 1 di bawah ini.



Gambar 3. Alur Proses Kegiatan Pelatihan

## 2.1 Mengobservasi Lokasi

Proses dimulai dengan peninjauan lokasi untuk memahami kondisi fisik, kapasitas produksi, dan pemasaran UMKM. Data yang terkumpul dari tahap ini digunakan sebagai dasar untuk merancang materi pelatihan yang sesuai.

## 2.2 Mengidentifikasi dan Menganalisis Permasalahan UMKM

Pada tahap ini, dilakukan identifikasi masalah utama UMKM dalam hal desain kemasan. Teridentifikasi bahwa kemasan yang digunakan memiliki kelemahan dari segi estetika, informasi, dan fungsi, di mana kemasan utama berupa plastik *ziplock* transparan tidak menarik dan memiliki informasi yang sangat terbatas. Inovasi kemasan menjadi langkah strategis yang diperlukan, dan proses ini dilakukan melalui wawancara, diskusi, serta pengamatan langsung.

## 2.3 Membuat Desain dan Mockup Kemasan UMKM

Tahap pembuatan desain kemasan dikembangkan menggunakan pendekatan *Kansei Engineering* untuk merancang konsep dan elemen desain. *Kansei Engineering* merupakan metode yang digunakan untuk mengubah persepsi dan perasaan konsumen (*kansei*) menjadi elemen-elemen dalam desain produk [5].

## 2.4 Merumuskan Rencana Program Pelatihan

Berdasarkan analisis masalah, disusun rencana program pelatihan yang berfokus pada pengembangan desain kemasan produk. Materi pengetahuan dasar disusun untuk memberikan keterampilan kepada pelaku UMKM agar dapat mengubah kemasan dari sekadar pelindung produk menjadi sarana pemasaran yang efisien. Pelatihan ini mencakup cara menciptakan identitas visual yang tegas, menyusun informasi produk, serta strategi agar desain menonjol di rak penjualan.

## 2.5 Mengimplementasi Program Pelatihan

Program pelatihan diselenggarakan dalam format *workshop* interaktif dengan pendekatan partisipatif. Peserta mendapatkan pemahaman dasar tentang elemen visual, identitas merek, serta jenis bahan dan teknik pencetakan. Sesi praktik tidak dilakukan dengan merancang dari awal, melainkan berupa analisis studi kasus mendalam dari proses kreatif dan teknis desain kemasan untuk UMKM Tempe Mama Tina dan Shiella Snack.

## 2.6 Mengevaluasi dan Monitoring Program

Tahap ini dilaksanakan untuk menentukan efek program pelatihan pada peningkatan wawasan dan keterampilan peserta, terutama dalam pemasaran digital. Penilaian dilakukan dengan tes awal dan tes akhir melalui Google Forms untuk mengevaluasi pergeseran tingkat pemahaman peserta. Selain penilaian kuantitatif, dilakukan pula observasi langsung untuk menangkap reaksi dan keterlibatan aktif peserta. Penilaian menyeluruh ini bertujuan sebagai dasar untuk perbaikan program di masa mendatang dan untuk memastikan pelatihan mendorong perubahan yang berkelanjutan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Mengobservasi Lokasi

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini difokuskan pada upaya pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai sektor yang memiliki kontribusi penting dalam memperkuat struktur ekonomi nasional. UMKM berperan secara signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, khususnya melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan nilai produk domestik bruto [6], sehingga menjadi sasaran utama dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini. Observasi lapangan dilaksanakan oleh tim pelaksana pengabdian di Kecamatan Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, yang merupakan lokasi usaha dari UMKM Keripik Tempe Mama Tina dan UMKM Keripik Tempe Shiella. Melalui hasil pengamatan tim pelaksana memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai kebutuhan dan prioritas perbaikan bagi mitra, terutama dalam aspek pengembangan desain kemasan yang fungsional, menarik secara estetika, dan memenuhi standar keamanan pangan. Temuan ini menjadi dasar dalam penyusunan program pelatihan dan pendampingan yang terarah untuk meningkatkan daya saing produk serta memperkuat identitas merek kedua UMKM di pasar lokal maupun digital.



Gambar 4. Keripik Tempe Mama Tina



Gambar 5. Shiella Snack

### 3.2. Mengidentifikasi dan Menganalisis Permasalahan UMKM

Berdasarkan hasil temuan lapangan, diidentifikasi sejumlah kendala dan hambatan yang dialami oleh pelaku UMKM. Adapun permasalahan sebagai berikut:

1. Desain kemasan yang belum menarik secara visual sehingga kurang mendukung peningkatan daya tarik produk di pasar.
2. Struktur kemasan yang belum optimal dalam melindungi produk dari tekanan fisik selama distribusi.
3. Kondisi kemasan yang kurang kokoh menyebabkan produk mudah rusak, terutama pada proses pengiriman dan penjualan daring.

Analisis menunjukkan bahwa mayoritas permasalahan yang dihadapi oleh UMKM dapat mempengaruhi kemampuan daya saing produk di pasar. Oleh karena itu, pengembangan kemasan melalui pendekatan emosional konsumen menjadi fokus utama dalam pengabdian kepada masyarakat melalui program pelatihan untuk meningkatkan kemampuan UMKM.

### 3.3 Membuat Desain dan Mockup Kemasan UMKM

Pengembangan desain kemasan UMKM menggunakan pendekatan *Kansei Engineering* untuk merancang konsep dan menentukan elemen desain kemasan keripik tempe. Pengembangan kemasan menggunakan emosional konsumen sangat penting karena menciptakan koneksi emosional dengan konsumen serta persepsi konsumen terhadap produk [7]. Tahap awal dilakukan dengan mengidentifikasi kata *Kansei* dan Desain Karakteristik. Berdasarkan hasil penelitian [8] diperoleh 2 konsep desain kemasan yaitu “*Attractive*” dan “*Functional*” dengan konsep desain yang terpilih yaitu “*Attractive*”. Penentuan elemen desain kemasan memperoleh hasil elemen desain mencakup material OPP *matte + metalize + LLDPE*, fitur *ziplock & tear noth two side*, gaya desain *modern* elegan, elemen gambar foto, tipografi *serif*, warna elegan *tone*, teknik cetak *direct*. Setelah mendapatkan hasil analisis dalam menentukan konsep dan elemen desain kemasan, tahap selanjutnya adalah melakukan pengembangan visual melalui pembuatan desain 2D dan *mock-up* 3D. Berikut desain kemasan UMKM Keripik Tempe Mama Tina dan Shiella Snack.

#### a. Desain Kemasan Keripik Tempe Mama Tina.

Kemasan keripik tempe Mama Tina dirancang berdasarkan hasil desain yang menggunakan pendekatan emosional guna membentuk ikatan psikologis dengan konsumen, ditunjukkan pada Gambar 6. Desain tersebut telah melalui proses evaluasi bersama mitra dan telah memperoleh persetujuan akhir karena dinilai mampu memperkuat identitas produk sekaligus meningkatkan daya saing di pasar makanan ringan.



Gambar 6a. Tampak Depan Desain Keripik Tempe Mama Tina



Gambar 6b. Tampak Belakang Desain Keripik Tempe Mama Tina

#### b. Desain Kemasan Shiella Snack.

Desain kemasan produk keripik tempe Shiella Snack sebagaimana ditunjukkan Gambar 7. telah disusun dan disempurnakan berdasarkan pendekatan emosional yang bertujuan untuk menciptakan ketertarikan konsumen terhadap citra merek. Desain ini telah mendapatkan persetujuan dari mitra sebagai hasil kolaboratif dan dinilai sesuai untuk meningkatkan daya saing produk di pasar makanan ringan lokal maupun nasional.



**Gambar 7a.** Tampak Depan Desain Keripik Tempe Shiella Snack



**Gambar 7b.** Tampak Belakang Desain Keripik Tempe Shiella Snack

- c. Mencetak Kemasan Keripik Tempe Mama Tina  
 Kemasan produk keripik tempe Mama Tina telah dicetak sebanyak 500 pcs menggunakan material plastik fleksibel OPP Matte, Metalize dan LLDPE dengan spesifikasi ukuran 17 x 29 cm. Kemasan ini berbentuk *standing pouch* dan dilengkapi fitur *ziplock* dan *tear notch*, sehingga memungkinkan kemudahan penyimpanan ulang dan menjaga kesegaran produk setelah dibuka. Berikut Gambar 8. merupakan hasil dari cetak kemasan keripik tempe Mama Tina.



**Gambar 8a.** Tampak Depan Hasil Cetak Kemasan Keripik Tempe Mama Tina



**Gambar 8b.** Tampak Belakang Hasil Cetak Kemasan Keripik Tempe Mama Tina

- d. Mencetak Kemasan Shiella Snack  
 Kemasan produk Shiella Snack dicetak sebanyak 300 pcs menggunakan material plastik fleksibel menggunakan material plastik fleksibel yang terdiri atas OPP Matte, Metalize, dan LLDPE dengan ukuran 17 x 29 cm. Desain kemasan dibuat dalam bentuk *standing pouch* yang dilengkapi dengan fitur *ziplock* dan *tear notch* untuk memudahkan proses penyimpanan ulang serta menjaga kesegaran produk setelah dikonsumsi sebagian. Adapun Gambar 9 berikut memperlihatkan hasil akhir dari proses pencetakan kemasan keripik tempe Shiella.



**Gambar 9a.** Tampak Depan Hasil Cetak Kemasan Keripik Tempe Shiella Snack



**Gambar 9b.** Tampak Belakang Hasil Cetak Kemasan Keripik Tempe Shiella Snack

### 3.4 Merumuskan Rencana Program Pelatihan

Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Sabtu, 16 Agustus 2025, bertempat di wilayah Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Kegiatan ini diikuti oleh 12 pelaku UMKM Keripik Tempe. Pelaksanaan kegiatan menghadirkan narasumber berpengalaman di bidang perancangan desain kemasan modern yang sesuai dengan standar keamanan pangan dan prinsip komunikasi visual komersial dan mendapatkan dukungan penuh dari dosen dan mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta sebagai tim pelaksana. Selama kegiatan, peserta memperoleh materi mengenai strategi perancangan desain kemasan yang mampu meningkatkan nilai jual produk di pasaran, mencakup aspek estetika, fungsi proteksi, dan daya tarik konsumen. Penyampaian materi disertai sesi praktik interaktif, dimana peserta diarahkan untuk memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan melalui platform [chatgpt.com](https://chatgpt.com) guna menghasilkan ide konten promosi, rancangan desain kemasan dan tata letak visual yang menarik secara komersial. Pada sesi praktik tersebut, peserta dilatih untuk menyusun materi prompt AI yang relevan dengan karakteristik produk masing-masing. Proses pendampingan dilakukan secara intensif oleh narasumber dan mahasiswa, sehingga peserta mampu memahami cara mengintegrasikan teknologi digital dalam pengembangan kemasan dan strategi promosi produk. kegiatan ini diharapkan dapat meningkatkan kapasitas kreatif dan inovatif pelaku UMKM dalam menciptakan kemasan yang kompetitif di pasar modern. Dokumentasi kegiatan pada sesi ini dapat dilihat pada Gambar 10.



(a) Penyampaian Materi Tentang Kemasan



(b) Implementasi Praktek



(c) Peserta Pengabdian Masyarakat

**Gambar 10.** Dokumentasi Peserta dan Narasumber dalam Materi Desain Kemasan Modern

Program pelatihan ditutup dengan penyerahan hasil karya tim pengabdian yang mencakup redesain kemasan produk Keripik Tempe Mama Tina, keripik tempe Shiella Snack dan pengembangan desain logo Shiella Snack. Melalui penerapan pendekatan *Kansei Engineering*, diperoleh rancangan kemasan baru dengan komposisi warna, tipografi, dan ilustrasi yang harmonis, sehingga mampu meningkatkan daya tarik visual produk sekaligus mempertahankan identitas merek. Hasil rancangan tersebut disajikan pada Gambar 11 yang menampilkan desain akhir kemasan dan logo Shiella Snack yang telah disempurnakan. Sebagai bentuk

penghargaan atas kerja sama dan partisipasi aktif mitra dalam kegiatan ini, tim pengabdian menyerahkan sertifikat penghargaan kepada UMKM Keripik Tempe Mama Tina dan Shiella Snack. Dokumentasi proses penyerahan hasil karya secara simbolis dapat dilihat pada Gambar 12.



(a) Keripik Tempe Mama Tina



(b) Keripik Tempe Shiella Snack



(c) Logo Shiella Snack

**Gambar 11.** Hasil Redesain (a) Kemasan Keripik Tempe Mama Tina, (b) Kemasan Keripik Tempe Shiella Snack, (c) Logo Shiella Snack



**Gambar 12.** Penyerahan sertifikat kepada mitra UMKM Keripik Tempe

### 3.5 Mengevaluasi dan Monitoring Program

Evaluasi program dilaksanakan dengan cara menganalisis perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* yang diikuti oleh 12 peserta dalam kegiatan ini. Data diperoleh dari pengisian kuesioner sebelum dan sesudah pelatihan guna mengukur tingkat pemahaman peserta terhadap materi yang diberikan. Evaluasi terdiri dari 20 pertanyaan yang berkaitan dengan konsep dan penerapan desain kemasan secara keseluruhan, menggunakan skala likert lima poin yang merepresentasikan tingkat pemahaman dan penilaian peserta berdasarkan pilihan angka dari 1 sampai 5 [9]. Keterangan pada poin 1 = Sangat Tidak Setuju, poin 2 = Tidak Setuju, poin 3 = Netral, poin 4 = Setuju, dan poin 5 = Sangat Setuju. Setelah pelaksanaan *pre-test* dan *post-test*, dilakukan perhitungan nilai rata-rata dari setiap pertanyaan untuk mengidentifikasi adanya peningkatan pengetahuan peserta. Hasil perhitungan rata-rata *pre-test* dan *post-test* untuk masing-masing pertanyaan disajikan secara rinci pada Tabel 1 dan Tabel 2.

**Tabel 1.** Rata-rata Jawaban dari Masing-masing Pertanyaan *Pre-test*

No	Pertanyaan	Skor Rata-rata
1	Saya pernah mengikuti pelatihan sejenis sebelumnya.	4.16
2	Saya merasa pelatihan ini penting untuk meningkatkan keterampilan saya.	4.25
3	Saya berharap pelatihan ini bisa langsung saya terapkan dalam pekerjaan/usaha saya.	4.25
4	Saya memiliki kemampuan teknis dasar yang cukup untuk mengikuti pelatihan ini.	4
5	Saya mengetahui pentingnya peran kemasan dalam meningkatkan penjualan produk UMKM.	4.25

6	Saya mengetahui jenis jenis desain kemasan yang dapat menarik minat konsumen.	3.83
7	Saya memahami manfaat desain label pada produk UMKM.	4
8	Saya mengetahui fungsi struktur bentuk kemasan pada produk.	3.83
9	Saya mengetahui jenis jenis material kemasan yang sesuai untuk produk makanan ringan seperti keripik.	3.58
10	Saya mengetahui bagaimana cara memproduksi kemasan sesuai karakteristik produk.	4.16
11	Saya memahami peran desain kemasan dalam meningkatkan daya saing produk.	4.25
12	Saya pernah melihat atau menggunakan desain kemasan modern/kekinian pada produk UMKM.	4.08
13	Saya mengetahui pentingnya desain kemasan yang menarik untuk penjualan online.	4.25
14	Saya pernah mengalami kendala dalam memilih material yang tepat untuk produk saya.	4.16
15	Saya mengetahui peran kemasan dalam melindungi produk selama proses pengiriman.	4.16
16	Saya merasa kemasan produk saya saat ini sudah cukup menarik perhatian konsumen.	4.16
17	Saya merasa desain kemasan dapat meningkatkan nilai jual produk saya.	4.25
18	Saya ingin mempelajari lebih dalam tentang desain kemasan untuk produk UMKM.	4.25
19	Saya bersedia mengikuti pelatihan ini secara aktif.	4.25
20	Saya siap untuk mengikuti seluruh sesi pelatihan sampai selesai.	4.25

**Tabel 2.** Rata-rata Jawaban dari Masing-masing Pertanyaan *Post-test*

No	Pertanyaan	Skor Rata-rata
1	Saya merasa pelatihan ini sesuai dengan kebutuhan saya.	4.75
2	Saya merasa materi yang diajarkan relevan dengan dunia kerja/usaha.	4.87
3	Saya merasa puas dengan metode pelatihan dan penyampaian materi oleh instruktur.	4.63
4	Saya mendapatkan wawasan baru yang belum saya ketahui sebelumnya.	4,75
5	Saya menyarankan pelatihan ini diulang untuk peserta lain di komunitas/instansi saya.	4,75
6	Saya merasa pelatihan ini menambah nilai tambah terhadap kompetensi saya.	4,75
7	Saya sangat puas secara keseluruhan terhadap pelaksanaan pelatihan ini.	4,75
8	Saya memahami secara lengkap peran kemasan dalam meningkatkan penjualan UMKM.	4.63
9	Saya memahami manfaat dan fungsi desain label dalam kemasan produk.	4,87
10	Saya mampu menentukan struktur bentuk kemasan yang sesuai untuk produk saya.	4,5
11	Saya mampu memilih material kemasan yang tepat untuk produk makanan ringan seperti keripik.	4,63
12	Saya dapat memproduksi kemasan yang sesuai dengan karakteristik produk saya.	4,63
13	Saya menyadari pentingnya mendaftarkan desain kemasan untuk melindungi hak usaha saya.	4,75
14	Saya dapat memilih material kemasan yang dapat melindungi produk selama pengiriman.	4,63
15	Saya merasa pelatihan ini telah meningkatkan pemahaman saya tentang pentingnya desain kemasan.	4,87
16	Saya akan menerapkan hasil pelatihan ini dalam kegiatan usaha saya sehari-hari.	4,87
17	Saya merasa lebih percaya diri dalam mengembangkan kemasan produk secara mandiri.	4,63
18	Saya mampu merancang desain kemasan yang menarik untuk produk UMKM.	4,5
19	Saya dapat menyusun desain kemasan yang meningkatkan daya saing produk saya.	4,5
20	Saya mampu mencocokkan desain kemasan dengan karakteristik produk yang saya jual.	4.63

Hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memperoleh skor dengan indikator di atas 4 (setuju) yang menandakan adanya kesadaran pelaku UMKM terhadap pentingnya desain kemasan dalam meningkatkan daya saing produk. Namun, terdapat tiga dari dua puluh pertanyaan, yaitu nomor 6,8 dan 9 memperoleh rata-rata skor di bawah 4. Pertanyaan nomor 6 “*Saya mengetahui jenis jenis desain kemasan yang dapat menarik minat konsumen*”, memperoleh rata-rata 3.83 mengindikasikan bahwa sebagian peserta belum memahami secara menyeluruh standar desain kemasan yang efektif dan menarik. Pertanyaan nomor 8 “*Saya mengetahui fungsi struktur bentuk kemasan pada produk*”, juga menghasilkan rata-rata 3.83 menunjukkan

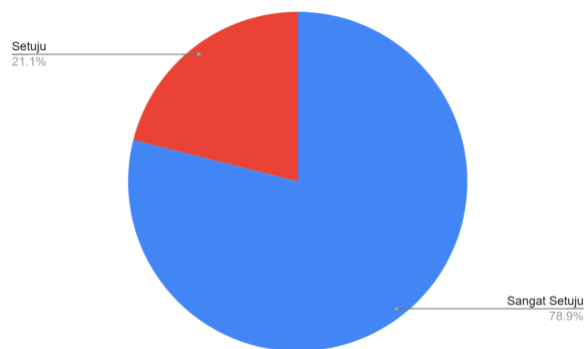
bahwa pemahaman peserta terhadap fungsi struktural kemasan masih terbatas. Pertanyaan nomor 9 yang berkaitan dengan pemilihan material pelindung produk juga memperlihatkan hasil serupa, di mana sebagian besar peserta belum memiliki pengetahuan memadai dengan perancangan kemasan yang baik dari aspek material dan fungsionalitasnya. Berdasarkan temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa peserta UMKM masih menghadapi kendala utama pada aspek desain visual, struktur dan material kemasan yang kemudian dijadikan

dasar pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan untuk meningkatkan kompetensi peserta.



**Gambar 13.** Persentase Salah Satu Hasil Pre-Test

Hasil *post-test* digunakan untuk menilai efektivitas program pelatihan yang telah dilaksanakan. Berdasarkan Gambar 13, hasil pre-test menunjukkan bahwa sebagian peserta (78.3%) berada pada kategori setuju terkait kemampuan dalam membuat desain kemasan produk. Setelah kegiatan pelatihan dilaksanakan, terjadi peningkatan signifikan dimana tidak ada lagi peserta yang menjawab netral atau tidak setuju, sebanyak 78.9% peserta menyatakan setuju dan 21.1% menyatakan sangat setuju ditunjukkan pada Gambar 14. Perubahan tersebut mengindikasikan bahwa program pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang desain kemasan, struktur dan material yang sesuai dengan fungsionalitas produk.



**Gambar 14.** Hasil Post-Test

#### 4. KESIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada desain kemasan pada komunitas UMKM keripik tempe dalam meningkatkan daya saing produk telah terbukti meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM di area Kebayoran Baru. Kegiatan penyuluhan yang diikuti oleh pelaku UMKM ini memberikan pemahaman lebih dalam mengenai prinsip-prinsip desain kemasan dan signifikansinya dalam perkembangan bisnis. Hasil dari tes awal dan tes akhir menunjukkan

adanya peningkatan yang nyata dalam pengetahuan para peserta. Hasil dari tes awal dan tes akhir menunjukkan adanya peningkatan yang nyata dalam pengetahuan para peserta. Indikator yang pada tes awal memiliki nilai rata-rata 4,1 meningkat menjadi di atas 4,7 pada tes akhir. Hasil ini menunjukkan bahwa program pengabdian yang menggunakan metode penyuluhan dan praktik langsung efektif dalam memperbaiki pengetahuan serta keterampilan para peserta UMKM.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] U. R. N. Janah and F. R. S. Tampubolon, "Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia," *PENG J. Ekon. dan Manaj.*, vol. 1, no. 2, pp. 739–746, 2024, [Online]. Available: <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- [2] Y. Syamra, I. A. N. Azizah, G. Harini, I. M. Pratama, and D. Amaluis, "Analisis Faktor yang Berpengaruh Terhadap Pendapatan UMKM Sektor Industri Makanan Ringan di Kecamatan Padang Utara," *Int. J. Manag. Bus.*, vol. 4, no. 1, pp. 1943–1951, 2020.
- [3] P. Harsono, T. Tabroni, A. Bahits, and O. Romli, "Perencanaan Dan Penerapan Metode E-Commerce Baru Untuk Meningkatkan Penjualan Produk Ukm Kota Serang Banten," *Indones. J. Econ. Business, Entrep. Financ.*, vol. 4, no. 1, pp. 207–217, 2024.
- [4] R. Nugrahani, "Peran desain grafis pada label dan kemasan produk makanan umkm," vol. IX, no. 2, pp. 127–136, 2015.
- [5] S. Schütte *et al.*, "Kansei for the Digital Era," *Int. J. Affect. Eng.*, vol. 23, no. 1, pp. 1–18, 2024, doi: 10.5057/ijae.ijae-d-23-00003.
- [6] S. Al Farisi, M. I. Fasa, and Suharto, "Peranan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat," *J. Din. Ekon. Syariah*, vol. Vol 9, no. 1, 2022.
- [7] N. P. Sari, W. Prastiwinarti, A. H. P. Amir, N. P. Suharto, T. Salsabila, and A. Isna, "Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Konsep Kemasan Parfum dengan Pendekatan Kansei Engineering," vol. 4, no. 1, pp. 501–509.
- [8] R. Rizwan, "Implementasi Metode Kansei Engineering dalam Pengembangan Kemasan Produk UMKM Keripik Tempe 'Mama Tina,'" 2025.
- [9] A. T. Alabi and M. O. Jelili, "Clarifying likert scale misconceptions for improved application in urban studies," *Qual. Quant.*, vol. 57, no. 2, pp. 1337–1350, 2023, doi: 10.1007/s11135-022-01415-8.