

# Inovasi Desain Kemasan Produk Umkm Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Ekspansi Pasar

Muhammad Arif<sup>1</sup>, Larbiel Hadi<sup>2</sup>, Novira Sartika<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bengkalis,

Email : [m.arifinuk@gmail.com](mailto:m.arifinuk@gmail.com) [larbielhadi@polbeng.ac.id](mailto:larbielhadi@polbeng.ac.id) [Novirasvira@gmail.com](mailto:Novirasvira@gmail.com)

---

## Abstrak

Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah pendampingan desain kemasan berstandar ekspor pada UMKM Tiga Saudara binaan PT. Pertamina Hulu Rokan, para pelaku usaha atau produsen dapat mendapatkan bimbingan dan dukungan teknis untuk mengembangkan kemasan yang sesuai dengan kebutuhan pasar global. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan informasi tentang standar dan peraturan ekspor yang berlaku, pemberian contoh desain kemasan yang berhasil, serta pendampingan langsung dalam proses perancangan dan implementasi kemasan yang sesuai standar ekspor. Metode yang digunakan adalah pendampingan. Luaran kegiatan (Output) adalah terselenggaranya kegiatan pendampingan tentang standarisasi desain kemasan produk UMKM Tiga Saudara sehingga mampu menembus pasar retail, grosir, dan ekspor. Dampak (outcome) kegiatan ini adalah meningkatnya pengetahuan dan keterampilan UMKM terkait standarisasi desain kemasan produk dan bertambahnya pangsa pasar, mendapatkan apresiasi masyarakat terhadap Polbeng serta terjalinnya hubungan harmonis antara Polbeng, Mitra dan masyarakat

**Kata Kunci:** *Desain Kemasan Produk, Standarisasi, UMKM*

## Abstract

*The aim of this service activity is to assist in export standard packaging design for Tiga Saudara MSMEs assisted by PT. Pertamina Hulu Rokan, business actors or producers can get technical guidance and support to develop packaging that suits global market needs. This can be done through providing information about applicable export standards and regulations, providing examples of successful packaging designs, as well as direct assistance in the process of designing and implementing packaging that complies with export standards. The method used is mentoring. The output of the activity (Output) is the implementation of mentoring activities regarding the standardization of packaging design for Tiga Saudara MSME products so that they are able to penetrate the retail, wholesale and export markets. The impact (outcome) of this activity is increasing the knowledge and skills of MSMEs related to standardizing product packaging design and increasing market share, gaining public appreciation for Polbeng and establishing harmonious relationships between Polbeng, partners and the community.*

**Keywords:** *Product Packaging Design, Standardization, UMKM*

---

## 1. Pendahuluan

Pada kondisi saat ini Persaingan pasar di industri UMKM semakin ketat. Peningkatan persaingan pasar terjadi dikarenakan lebih banyak bisnis yang beroperasi dalam industri atau pasar yang sama, sehingga mengakibatkan persaingan yang lebih ketat untuk mendapatkan pelanggan dan pangsa pasar. Salah satunya kegiatan yang pesat perkembangannya adalah kegiatan jual-beli (dagang) khususnya dalam bidang usaha makanan. Persaingan terjadi semakin ketat hal ini ditandai dengan banyaknya usaha dagang yang menerapkan berbagai strategi untuk mempertahankan

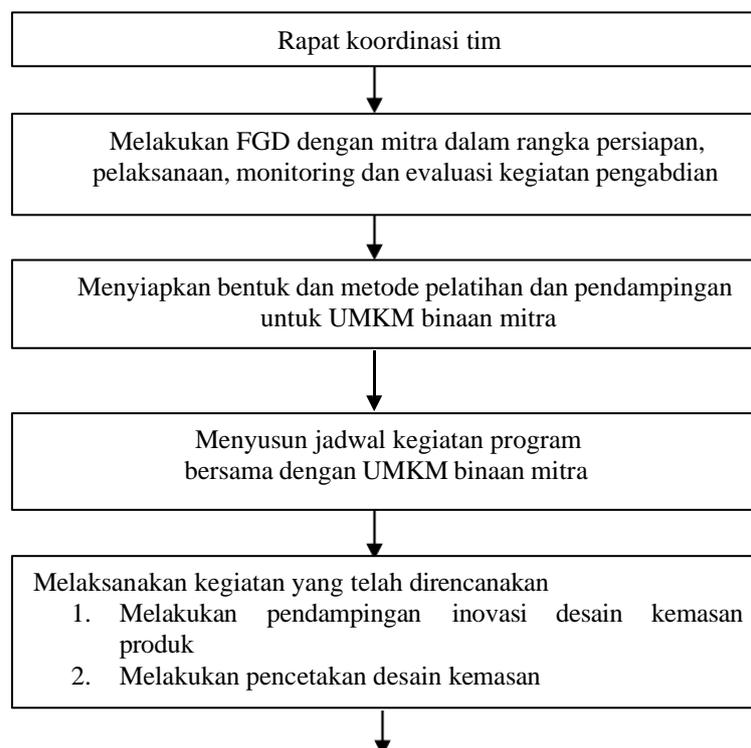
kelangsungan usahanya. Jenis Usaha Makanan Olahan ini adalah usaha yang paling mudah untuk dikembangkan karena masih terbuka lebar terkait potensi usahanya. jenis makanan tersebut juga termasuk jenis makanan yang mudah diterima diberbagai kalangan masyarakat. Bukan hanya itu bahan-bahan untuk membuat Makanan Olahan ini pun sangat mudah untuk diperoleh. Proses pembuatan Makanan Olahan ini cukup mudah. Modal yang dibutuhkan tidak begitu banyak namun mampu memberikan keuntungan besar. Selain memperoleh keuntungan besar, usaha ini juga mempunyai beberapa resiko merugikan pemiliknya.

Berdasarkan hasil pengamatan, diskusi, dan observasi di lapangan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk Makanan Olahan dan kue-kue dari UMKM calon mitra program dapat dikategorikan sebagai produk yang bagus baik dari segi bentuk maupun cita rasanya. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang timbul akibat desain kemasan yang kurang baik, seperti kerusakan produk, kurangnya keamanan produk, keterbatasan daya tahan, serta ketidakmenarikan produk.

Berdasarkan permasalahan dan permintaan dari pihak UMKM Binaan PT. Pertamina Hulu Rokan tersebut, maka kami bermaksud untuk melakukan pengabdian yang sesuai permintaan tersebut yaitu: INOVASI DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM BINAAN PT. PERTAMINA HULU ROKAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DAN EKSPANSI PASAR.

## 2. Metode Pelaksanaan

Untuk mengatasi permasalahan yang ada sebagaimana tercantum pada bab 1 dan 2, maka kegiatan pengabdian ini menggunakan metode survey, wawancara, pelatihan dan pendampingan. Tahapan kegiatan yang akan dilakukan dalam melaksanakan solusi dari permasalahan mitra disajikan dalam bagan alir kegiatan berikut :



Melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi terhadap pelaksanaan program

Gambar 3.1 Tahapan Kegiatan pengabdian

### 3. Hasil dan Pembahasan

Adapun hasil inovasi desain kemasan produk umkm binaan PT. Pertamina hulu rokan pada UMKM Tiga Saudara untuk meningkatkan daya saing dan ekspansi pasar dijelaskan sebagai berikut:

#### a. Tahapan Design Brief

Pada tahapan ini dilakukan wawancara, observasi dan studi pustaka desain sebelumnya agar diketahui kekurangan yang akan diperbaiki agar menjadi kelebihan. Untuk pengumpulan data yakni dilaksanakannya wawancara dengan pemilik produk, yang nantinya dijadikan dasar sebagai analisis kebutuhan atas materi kepenulisan dan karya. Pengumpulan data tersebut juga diarahkan pada data yang berkenaan dengan aspek karakteristik desain kemasan yang diinginkan dan kebermanfaatan desain yang dibuat oleh peneliti untuk nantinya. Selain wawancara kepada pemilik produk, dilakukan pula peninjauan kembali desain kemasan yang cocok untuk produk tersebut. Kegiatan wawancara dilakukan pada 27 Juni 2023.



Gambar 1 Wawancara dengan pemilik UMKM Tiga Saudara

#### b. Tahapan Eksplorasi Design

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan pengembang meliputi: pembuatan peta program (mapping program) target market, mengumpulkan materi yang relevan dengan tujuan desain kemasan, mengetahui fungsi kemasan, dan kebermanfaatan desain untuk produk tersebut

c. Tahapan Desain Akhir

1. Kajian Tipografi

Tipografi yang tepat untuk mendukung elemen logo dalam perancangan identitas visual UMKM Tiga Saudara yaitu tipografi yang moden dan terlihat dinamis. Dalam hal ini font jenis sans serif dapat mewakili kesan tersebut karena terlihat lebih minimalis. Selain itu font sans serif juga sangat mudah dibaca. Teks kuat yang, warna-warna cerah, dan desain sederhana yang digunakan untuk kemasan, bernilai baik sering digunakan di sektor ritel. Pada perancangan ini menggunakan font poppins untuk heading dan sub heading. Sedangkan untuk bodytext menggunakan font pangram.



Gambar 2 Font Sans Serif untuk kemasan terbaru

2. Kajian Logo

Logo yang dipilih dalam pembuatan identitas visual UMKM Tiga Saudara yaitu warna yang mampu mempresentasikan keripik sebagai oleh-oleh yang kekinian, dibuat dengan bahan alami dan sehat bergizi untuk para penikmat camilan yang suka jajanan unik dengan rasa yang khas. Penentuan warna desain visual kemasan ditentukan berdasarkan logo Tiga Saudara. Warna dapat digunakan sebagai pembangkit emosi serta dapat mengekspresikan kepribadian. Secara persepsi visual, warna kemasan yang mencolok dapat menimbulkan sebuah keingintahuan terhadap isi produk. Menurut Gael Towey, Creative Director Martha Stewart Living Omnimedia, warna dapat menciptakan sebuah emosi, memicu ingatan serta dapat memberi sensasi. Warna digunakan dalam logo untuk memperkuat kesan yang ingin dibuat berdasarkan bentuk atau karakter.

### 3. Kajian Supergrafis

Setelah tahap penyusunan logo, tipografi dan warna selesai, komponen dari identitas visual selanjutnya adalah perancangan supergrafis. Supergrafis merupakan komponen visual tambahan yang akan memperkuat identitas visual dari UMKM Tiga Saudara.



Gambar 3 Desain kemasan depan UMKM Tiga Saudara

### 4. Kesimpulan

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil pengabdian mengenai hasil inovasi desain kemasan produk umkm binaan PT. Pertamina Hulu Rokan pada UMKM Tiga Saudara dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Produk UMKM Tiga Saudara mempunyai ciri khas produk unik dan menarik, akan tetapi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi, ada beberapa hal yang perlu ditambahkan pada kemasan seperti informasi nilai gizi dan barcode produk sebagai identitas produk untuk masuk ke swalayan
- Analisis visual pengembangan desain kemasan yang dilakukan memiliki khas tersendiri dengan adanya perubahan desain. Hal ini senantiasa dapat menjadi terobosan baru untuk menjadi daya pikat calon konsumen agar membeli produk tersebut. Perangkat grafis yang telah dicantumkan yakni logotype, ilustrasi maskot, foto produk, warna dan informasi produk. Bentuk kemasan yakni berupa standing pouch berbahan aluminium foil yang dilengkapi dengan zip lock sehingga memudahkan untuk membuka kemasan dan fleksibel saat disajikan. Kemasan tersebut merupakan kemasan yang berkembang pada zamannya sesuai dengan lingkungan sekitarnya.

## Daftar Pustaka

- Dwiranata, D., Pramita, D., & Syaharuddin, S. (2019). Pengembangan Media Aaker David & Biel: 1993. Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands. USA. Kotler, Philip. 2002.
- E. Setyariningsih and S. Hidayat, "Pendampingan Pengemasan Produk (Packing) dan Pembukuan Sederhana Untuk Meningkatkan Kemampuan UKM dalam Mengelola Usaha pada UKM Jamu Tradisional di Kota Mojokerto," ABDIMAS Nusant. J. Pengabdi. Kpd. Masy., vol. 1, no. 1, pp. 18–23, 2019.
- Manajemen Pemasaran Edisi Milemium, PT. Prenhallindo, Jakarta. Peter & Olson, 2000. Consumer Behavior perilaku konsumen dan strategi komunikasi pemasaran. Erlangga Jakarta
- Rangkuti, Freddy. 2007. Riset Pemasaran. – Cet. 1. – PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- R. W. Ni Nyoman Wulan Antari, "Penguatan Identitas Melalui Branding Kemasan dan Diversifikasi Produk Usaha Comel," J. Stud. Kasus Inov. Ekon., vol. 3, no. 1, pp. 5–12, 2019.
- Shimp, Terence A. University of South Carolina. 2003. Promotion Management & Marketing Communication. The Dryden Press
- P3M Polbeng, 2022. Panduan Pelaksanaan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Negeri Bengkalis, Politeknik Negeri Bengkalis