



LAPORAN PROGRAM KEMITRAAN MASYARAKAT (PKM)

**PENGABDIAN PADA MASYARAKAT PENERAPAN BRANDING
DALAM KEMASAN PADA USAHA KECIL DAN MENENGAH
(UMKM) DI DKI JAKARTA**

Oleh:

**Dr. Iyus Wiadi, SE, MPA.
Dr. Ahmad Azmy, M.M.
Agoes Joesoef, Drs, M.Si.
Rambo Moersid, M.Sn.**

**Syavitri Kusumadewi
Rendi Alfian
Rangga Abdi Wahhab**

**UNIVERSITAS PARAMADINA
JAKARTA, 2023**

IDENTITAS

a. Identitas Ketua Pengusul

Nama : Dr. Iyus Wiadi, SE, MPA
NIDN : 0320126502
Pangkat & Jabatan Fungsional : Lektor Kepala, IVa
Email Pengusul : iyus.wiadi@paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Magister Manajemen
Topik Abdimas : Branding
Judul Abdimas : Penerapan Branding Dalam Kemasan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta
Skema Penelitian : Hibah Universitas

b. Identitas Anggota

Nama : Dr. Ahmad Azmy, M.M.
NIDN : 0301048703
Pangkat & Jabatan Fungsional : Lektor Kepala, 3d
Email Pengusul : ahmad.azmy@paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Magister Manajemen
Topik Abdimas : Branding
Judul Abdimas : Penerapan Branding Dalam Kemasan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta
Skema Penelitian : Hibah Universitas

c. Identitas Anggota

Nama : Agoes Joesoef, Drs, M.Si.
NIDK : 8820201019
Pangkat & Jabatan Fungsional : Lektor/3c
Email Pengusul : agoes.joesoef@paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Topik Abdimas : Desain Label Kemasan
Judul Abdimas : Penerapan Branding Dalam Kemasan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta
Skema Penelitian : Hibah Universitas

d. Identitas Anggota

Nama : Rambo Moersid, S.Sn, M.Sn.
NIDN : 0312098503
Email Pengusul : rambo.moersid@paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Topik Abdimas : Teknik Produksi Media Kemasan
Judul Abdimas : Penerapan Branding Dalam Kemasan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta
Skema Penelitian : Hibah Universitas

e. Identitas Anggota

Nama : Syavitri Kusumadewi
NIK : 121101115
Jabatan : Mahasiswa
Email Pengusul : syavitri.kusumadewi@students.paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Penugasan Abdimas : Desainer Sertifikat & Operator Presentasi

f. Identitas Anggota

Nama : Rendi Alfian
NIK : 121108062
Jabatan : Mahasiswa
Email Pengusul : rendi.alfian@students.paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Magister Manajemen
Penugasan Abdimas : Manajemen Acara & Pembawa Acara.

g. Identitas Anggota

Nama : Rangga Abdi Wahhab
NIK : 121101043
Jabatan : Mahasiswa
Email Pengusul : rangga.wahhab@students.paramadina.ac.id
Identitas Usulan : Program Studi Desain Komunikasi Visual
Penugasan Abdimas : Desainer Poster, Banner dan Fotografer.

DAFTAR ISI

Identitas Pelaksana

Ringkasan

Bab 1 Pendahuluan

Bab 2 Solusi Permasalahan

Bab 3 Metode Pelaksanaan

Bab 4 Luaran dan Target Capaian

Bab 5 Jadwal Pelaksanaan

Bab 6 Pelaksanaan Kegiatan

Bab 7 Kesimpulan Dan Ucapan Terima Kasih

RINGKASAN

Program pengabdian pada masyarakat (ABDIMAS) Program Studi Magister Manajemen bekerja sama dengan Desain Komunikasi Visual (DKV), bermaksud untuk melanjutkan pelatihan dan pemberian wawasan pada UMKM di wilayah Jakarta selatan dimana sebelumnya telah mendapatkan pengetahuan tentang Kewirausahaan dan Bisnis kanvas pada pebisnis UMKM tersebut, selanjutnya program akan dilanjutkan dengan bagaimana penerapan branding yang baik dengan memberikan cara mengemas dan memberikan label yang baik sehingga kemasan tersebut mudah untuk diingat dan sejalan dengan produk atau jasa yang di kembangkan oleh pebisnis UMKM tersebut. Program ABDIMAS yang akan dilaksanakan terdiri dari penjelasan tentang branding, kemasan dan labeling pada produk UMKM selanjutnya adalah praktik yang akan didampingi oleh dosen DKV.

BAB I

PENDAHULUAN

Kreatifitas dan inovasi tidak hanya terpusat pada inovasi produk dan jasa, akan tetapi inovasi terjadi proses merek (branding dan pada kemasan yang harus mengalami perubahan disesuaikan dengan perkembangan lingkungan eksternal yang selalu dinamis dan pola konsumsi yang berorientasi pada generasi milenial. Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) dalam melaksanakan bisnisnya senantiasa berorientasi pada *job growth expectation*, *international orientation* dan *innovation orientation* (GEM Report, 2022), tentunya untuk mencapai hal tersebut pebisnis UMKM senantiasa harus selalu berbenah dalam bisnisnya terutama harus menampilkan produk yang ditawarkannya selalu memberikan *eye catching* dan mudah diingat sehingga pelanggan atau calon pelanggan selalu akan ingat akan produk yang di kemas dengan baik oleh pebisnis UMKM tersebut. Merek menjadi penting dalam situasi sekarang karena pebisnis UMKM harus senantiasa menyesuaikan dengan perkembangan lingkungan yang dinamis dan pembeli pembeli generasi bukan saja Millennial tapi generasi Alpha yang tidak dikacaukan dengan proses pembelian yang rumit saat ini dimana tersedianya QR code dalam kemasan atau label dan mudahnya untuk transaksi.

Merek (Brand) merupakan nama, istilah, desain, simbol, fitur atau apapun yang dapat membedakan produk dan jasa dari satu perusahaan dengan perusahaan yang lain. Sedangkan Branding (proses merek) adalah memberikan produk dan layanan dengan kekuatan merek tersebut, dalam hal ini bagaimana pebisnis UMKM tersebut diberikan pelatihan dan pendampingan pada merek yang sudah ada atau yang belum mendapatkan atau menaruh merek pada produk dan jasa tersebut. Untuk mudah diingat oleh calon pelanggan atau pelanggan sekalipun pebisnis UMKM perlu dibekali dengan kemasan dan labeling pada produk dan jasa tersebut. Kemasan merupakan kebutuhan dasar setiap produk. Tanpa pengemasan produk dan jasa tidak dapat disimpan atau dipindahkan dari tempat yang satu ke tempat lainnya, kemasan juga dapat memberikan identitas pada produk dan jasa. Ciri ciri pada kemasan adalah *labeling*, *opening*, ukuran (*size*) dan *durability*. Pada Pengemas yang akan diselenggarakan tentunya mengusung topik Branding dalam kemasan pada pebisnis UMKM di wilayah Jakarta selatan.

BAB II

SOLUSI PERMASALAHAN

Permasalahan yang dihadapi oleh pebisnis UMKM ialah kurangnya pendamping secara profesional untuk merealisasikan produk yang siap punya daya saing. Komponen yang perlu diperhatikan dan dievaluasi dari produk yang sudah pebisnis UMKM ciptakan yakni, pertama Branding, bagaimana citra produk menjadi daya tarik dan dapat menjadi keputusan pelanggan untuk membeli. Banyak permasalahan visual brandingnya terletak pada deskriptor atau deskripsi makanan pada produk yang tingkat keterbacaannya kurang optimal dan identitas logo yang secara ketampakan tidak kontras secara warna.

Kedua, pada kemasan produk yang fungsional, berhubungan pada fungsi melindungi isi dari produk tersebut dan fungsi aman agar isi produk tetap terjaga higienis dan menjaga keutuhan bentuk dari isi produk tersebut. Selain itu kemasan harus informatif, menginformasikan berupa keterangan baik gambar maupun kata-kata yang berfungsi sebagai sumber informasi produk dan penjual. Pesan informasi tersebut terdapat pada label yang umumnya berisi informasi berupa nama atau merek produk, bahan baku, bahan tambahan komposisi, informasi gizi, tanggal kedaluwarsa, isi produk dan keterangan legalitas. Sebagian besar kemasan produk para pebisnis UMKM sudah layak jual sesuai standar Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM). Beberapa permasalahan pebisnis UMKM hanya mempertimbangkan antara memilih kemasan yang lebih efisien dengan memilih kemasan yang fungsional atau lebih menarik dari pada kemasan sebelumnya.

Pertimbangan atas dasar memilih kemasan tersebut harus terletak pada segmentasi produk kemasannya. Segmentasi target pembeli sebagai faktor penting yang tidak dapat diabaikan. Segmentasi memiliki ciri yang ditandai oleh ciri khusus seperti: demografis, geografis, psikografis. Penetapan segmentasi potensial ini akan berpengaruh pada: penetapan waktu yang dibutuhkan, penentuan tahap komunikasi, penggunaan media, frekuensi pesan, dan pesan (verbal dan visual) seperti apa yang menarik sasaran dan mudah untuk dipahami.

BAB III

METODE DAN PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan dapat diuraikan sebagai berikut:

A. Persiapan bahan

Pengabdian kepada masyarakat yang akan dilakukan harus mempersiapkan materi dan bahan. Persiapan awal adalah untuk tempat yang akan dijadikan sebagai proses pelatihan branding, kemasan dan labeling pada produk UMKM. Alat pendukung lainnya seperti media presentasi dan media print contoh kemasan, bahan kemasan yang akan dijadikan sebagai presentasi materi.

B. Alat dan Bahan

Peralatan yang dibutuhkan adalah ruangan auditorium, materi pelatihan, jenis-jenis kemasan seperti wadah atau bungkus makanan dan laptop.

C. Proses Acara

Proses pengabdian kepada masyarakat dilakukan secara tatap muka di ruangan auditorium Firmansyah – Universitas Paramadina, Jalan Gatot Subroto Kav.97 RW.4 Mampang Prapatan, Jakarta Selatan 12790. Pemateri adalah dosen tetap yang ada di Program Studi Magister Manajemen dan dosen tetap di Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Paramadina. Peserta pelatihan akan diberikan konseptual dan praktik bagaimana merancang komunikasi terhadap brandingnya dan desain model kemasan yang sesuai. Proses pelatihan perancangan kemasan untuk UMKM sebagai berikut:

1. Peserta memasuki ruangan auditorium, mendengarkan pengantar dari Dr. Handi Risza – wakil rektor II.
2. Pemateri pertama oleh Dr. Ahmad Azmy, M.M, memberikan konseptual Branding dalam kemasan UMKM secara detail.
3. Masih pada materi pertama, pada fase Target Audience of Marketing Communication, dilanjut oleh Dr. Iyus Wiadi, SE., MPA,

4. Pemateri kedua oleh Agoes Joesoef, Drs, M.Si. Presentasinya memberikan konseptual Desain Kemasan. Bersoal pada label kemasan sebagai unsur komunikasi yang menempel pada kemasan.
5. Pemateri ketiga oleh Rambo Moersid, S.Sn., M.Sn. memberikan penjelasan mengenai Teknik Produksi Media pada kemasan UMKM. Bagaimana media kemasan harus mempunyai daya tarik tersendiri melalui sentuhan personal.
6. Setelah semua peserta mendengarkan dari keempat pemateri, dilanjutkan sesi pertanyaan dan jawaban (Q&A).
7. Dari keempat pemateri menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peserta, pemateri mengelaborasi desain kemasan yang dibawa oleh pebisnis UMKM.
8. Hasil elaborasi desain kemasan menghasilkan catatan-catatan yang perlu di modifikasi atau ditingkatkan dari sisi visual branding hingga komunikasi branding kemasan UMKM.
9. Setelah sesi pertanyaan dan jawaban dilanjutkan makan siang bersama.

BAB IV

LUARAN DAN TARGET CAPAIAN

Hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat diharapkan memberikan pengetahuan baru bagi pebisnis UMKM akan kesadaran terhadap Brand (merek). Bagaimana pengaruh dari desain kemasan produk, daya tarik iklan, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. Selain itu pebisnis UMKM mempunyai keahlian baru dalam menyusun target dan memetakan segmentasi pasarnya. Semua kegiatan pengabdian masyarakat ini diharapkan akan dibuat dalam bentuk jurnal pengabdian masyarakat yang akan diterbitkan Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Terakreditasi Sinta.

BAB V

ANGGARAN

Anggaran dikeluarkan melalui alokasi kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan atas nama Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Paramadina. Alokasi anggaran yang sudah disetujui sebesar Rp. 7.750.000 sesuai pagu yang sudah ditetapkan di tingkat fakultas dan universitas. Biaya ini meliputi konsumsi, transportasi narasumber, panitia, biaya laporan, dan lain-lain untuk mendukung pelaksanaan acara. Kegiatan ini mendapat dukungan penuh sehingga mampu dilaksanakan dengan baik.

BAB VI

JADWAL PELAKSANAAN

Dibawah ini tabel jadwal pelaksanaan kegiatan abdimas sebagai berikut:

Tabel 1. Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Abdimas

| Tahapan | Waktu | Aktivitas | Metode | Luaran | Keterangan |
|--------------------------------------|-----------------|--|----------------------|-------------------------|-------------------|
| Pembuatan Proposal | Mei 2023 | Diskusi kesepakatan dengan pengurus Karang Taruna Kelurahan Cilandak Barat | Diskusi | Proposal | Sudah dilakukan |
| Pengajuan Proposal | Juni 2023 | Mengirimkan proposal ke LPPM untuk diajukan pendanaan | Diskusi & konsultasi | Persetujuan proposal | Sudah dilakukan |
| Pelaksanaan kegiatan abdimas | 8 Agustus 2023 | Pelatihan Model Bisnis dengan metode BMC | Pelatihan online | Laporan hasil pelatihan | Akan dilakukan |
| Pembuatan laporan dan jurnal abdimas | 11 Agustus 2023 | Diseminasi hasil pengabdian masyarakat | Penulisan laporan | Publikasi jurnal | Akan dilakukan |

BAB VII

PELAKSANAAN KEGIATAN

Pelatihan ini dihadiri oleh pebisnis UMKM berjumlah 28 orang. Dibawah ini dokumentasi acara sebagai berikut:



Gambar 2. Acara pembuka oleh Dr. Handy Risza

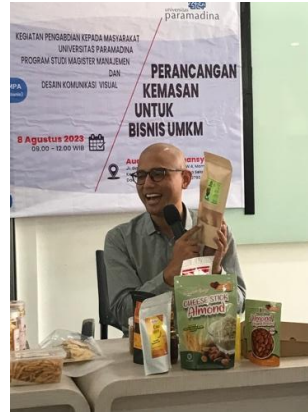


Gambar 3. Pemateri pertama dari Program Studi Magister Manajemen.

Kiri: Dr. Iyus Wiadi, SE, MPA. Kanan: Dr. Ahmad Azmy, M.M.



Gambar 3. Pemateri Label Desain Kemasan Pemateri kedua oleh Agoes Joesoef, Drs, M.Si.



Gambar 4. Pemateri Teknik Produksi Media Pemateri ketiga oleh Rambo Moersid, S.Sn, M.Sn.



Gambar 10. Kolase Foto Suasana Diskusi dan Sesi Tanya Jawab

Foto diatas menggambarkan pelaksanaan acara Pelatihan Penerapan Branding Dalam Kemasan Pada Usaha Kecil Dan Menengah (UMKM) di DKI Jakarta. Sambutan oleh Dr. Handy Risza menjelaskan bahwa pentingnya tridarma dosen dan dampaknya ke masyarakat. Materi pertama adalah Branding pada kemasan yang dijelaskan oleh Dr. Ahmad Azmy, M.M. Arah dari materi ini lebih ke arah fungsi Branding sebagai daya saing produk.

Materi kedua tentang Desain Kemasan yang dipaparkan oleh Agoes Joesoef, Drs, M.Si. menjelaskan bahwa Kemasan/ packaging telah melintasi batas, bukan hanya sebagai fungsi pengemas produk tetapi menjadi media untuk meningkatkan kemampuan bersaing yang biasa dikenal melalui media promosi. Selanjutnya materi ketiga tentang Teknik Produksi Media pada kemasan oleh Rambo Moersid, S.Sn, M.Sn, arah materi ini mengarah pada jenis, fungsi dan pertimbangan material yang dipakai pada kemasan. Selain itu kemasan sebagai media komunikasi yang perlu diperhatikan *intangible value* sebagai kekuatan produk yang mempunyai daya saing.

Peserta pelatihan begitu antusias membawa produk jualannya. Tiap produk yang dibawa diletakan diatas meja pemerati, sebagian besar produk langsung diulas oleh pemerati, adapun yang diulas dari segi logo, deskripsi produk, informasi pada label, wadah atau kemasan yang dipakai sesuai atau tidak dan lain sebagainya.



Gambar 11. Materi Publikasi e-Poster



Gambar 12. Materi Publikasi Banner Backdrop



Gambar 13. Cover Buku Tamu

BAB VIII

KESIMPULAN DAN UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih atas dukungan dari Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Paramadina. Dukungan baik finansial dan non-finansial sangat berarti dengan pelaksanaan acara pengabdian kepada masyarakat. Acara ini sebagai bentuk aktualisasi diri dan implementasi keilmuan kepada masyarakat.