

## **KREATIFITAS DALAM PENGEMBANGAN DESAIN KEMASAN PRODUK UMKM KELURAHAN KROMAN, KECAMATAN GRESIK**

**Lailatul Hekmah<sup>1</sup>, M. Sahrur Romdloni<sup>2</sup>, Fery Kurniawan<sup>3</sup>, Moch Nuruddin<sup>4</sup>,  
Moh Dian Kurniawan<sup>5</sup>**

**Program Studi Teknik Industri,  
Universitas Muhammadiyah Gresik**

Email : [lailatulhekmah241020@gmail.com](mailto:lailatulhekmah241020@gmail.com), [sahrulromdloni99@gmail.com](mailto:sahrulromdloni99@gmail.com),  
[ferykurniawann007@gmail.com](mailto:ferykurniawann007@gmail.com)

### **ABSTRAK**

Kelurahan kroman adalah sebuah kelurahan yang berada di wilayah kecamatan Gresik, Kabupaten Gresik, Provinsi Jawa Timur. Kelurahan Kroman terletak di wilayah Kabupaten Gresik bagian utara yang berdekatan dengan Selat Madura. Yang mayoritas penduduknya merupakan pelaku UMKM dan membuka usaha dibidang kuliner dan songkok. Kendala utama yang dihadapi oleh para UMKM di desa kroman adalah kurangnya inovasi dalam desain produk UMKM, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan, sumber daya, dan akses ke ahli desain.

Tujuan dilakukan sosialisai dan implementasi untuk memberikan penjelasan upaya peningkatan kualitas kemasan produk pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang beroperasi di Kelurahan Kroman, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Serta untuk mendorong penerapan kreativitas dalam proses perancangan produk UMKM, dengan harapan dapat meningkatkan daya saing dan identitas merek lokal. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan ini adalah pendekatan kepada pelaku UMKM yang memerlukan perkembangan pada kemasan produk mereka. kemasan produk dalam meningkatkan daya saing UMKM, dengan harapan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi ekonomi desa secara keseluruhan. Hasil dari pelaksanaan kegiatan tersebut bermanfaat bagi pelaku UMKM. Mereka menyatakan bahwa kegiatan tersebut memberikan dampak positif yang signifikan, terutama dalam hal kemasan produk. Karena kemasan produk dapat mempengaruhi pesaing pasar di era sekarang, dan membantu produk mereka lebih dikenal dan dihargai oleh konsumen.

**Kata Kunci:** kualitas kemasan produk, UMKM

### **ABSTRACT**

Kroman sub-district is a sub-district located in Gresik sub-district, Gresik Regency, East Java Province. Kroman Village is located in the northern part of Gresik Regency, which is close to the Madura Strait. The majority of the population are MSMEs and have opened businesses in the culinary and songkok sectors. The main obstacle faced by MSMEs in Kroman village is the lack of innovation in MSME product design, which is caused by limited knowledge, resources and access to design experts.

The aim of the socialization and implementation is to provide an explanation of efforts to improve the quality of product packaging for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) operating in Kroman Village, Gresik Regency, East Java. As well as to encourage the application of creativity in the MSME product design process, with the hope of increasing the competitiveness and identity of local brands. The method used in this implementation is an approach to MSME players who need developments in their product packaging. product packaging to increase the competitiveness of MSMEs, with the hope of providing significant

benefits to the village economy as a whole. The results of implementing these activities are beneficial for MSMEs. They stated that this activity had a significant positive impact, especially in terms of product packaging. Because product packaging can influence market competitors in the current era, and help their products be better known and appreciated by consumers.

**Keywords:** Product packaging quality, UMKM

## PENDAHULUAN

Keseluruhan penduduk Kelurahan Kroman beragama Islam. Usia Produktif warga Kroman berkisar 17 - 60 tahun dengan jumlah penduduk sebesar 4511 jiwa yang terdiri dari 2.252 jiwa penduduk laki-laki dan 2.259 jiwa penduduk perempuan. Pendidikan penduduk Kroman menunjukkan bahwa mayoritas sudah mampu menyelesaikan sekolah dijenjang pendidikan wajib belajar 12 tahun dimulai dari SD, SMP, dan SMA.

Di desa Kroman masyarakatnya memiliki jiwa sosialisasi dan rasapeduli yang tinggi. Desa Kroman terkenal dengan wisata Balai Keling dan hasil laut serta makanan khas warga sekitar. Tidak hanya itu, masih banyak UMKM yang berada di desa Kroman salah satunya, olahan ikan bandeng, telur ikan, krupuk ikan, bahkan olahan diluar hasil perikanan (Aditya et al., 2024).

Kelurahan Kroman, terletak di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, merupakan wilayah yang kaya akan sumber daya kelautan dan perikanan. Namun, potensi ini belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh masyarakat setempat. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurangnya inovasi dalam pengembangan desain produk UMKM. Oleh karena itu, melalui program pemberdayaan dan peningkatan kualitas UMKM, mahasiswa Teknik industri berusaha untuk mendorong penerapan kreativitas dalam pengembangan desain produk sebagai langkah kunci menuju kemajuan (Nissa et al., 2024).

Pengertian UMKM adalah usaha yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha, lebih jelasnya, pengertian UMKM diatur Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 tentang UMKM. Dalam UU tersebut UMKM adalah sesuai dengan jenis usahanya yakni usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah. Penggolongan UMKM dilakukan dengan Batasan omset per tahun, jumlah kekayaan atau aset, serta jumlah karyawan. Usaha yang tak masuk sebagai UMKM adalah dikategorikan sebagai usaha besar. (Kumalasari Subroto, V. 2022).

Menurut sasa (2022) Desain produk merupakan kreativitas dalam memecahkan masalah dengan target yang jelas. Dalam hal ini, sebuah desain pada produk tidak hanya sebuah rancangan diatas kertas belaka melainkan lebih mengutamakan proses dari awal hingga akhir dengan melibatkan sebuah rancangan. Rancangan atau gagasan yang dibuat harus terwujud serta memiliki nilai estetika yang tinggi. Desain produk menggambarkan proses membayangkan, menciptakan, dan mengulangi produk dengan adanya pemecahan masalah bagi pengguna guna memenuhi kebutuhan spesifik di pasar tertentu. Dengan demikian, desain pada produk disebut juga sebuah ide dan hasil kreasi yang memiliki nilai, manfaat, serta nilai tambah bagi khalayak luas. Spesifikasi dari sebuah desain pada produk mempertimbangkan adanya proses produksi, harapan bagi konsumen serta keputusan final

yang telah dianalisa.

Pengertian desain produk adalah sebuah proses mulai dari membayangkan sebuah desain, menciptakan, dan memperbaikinya yang dapat menyelesaikan masalah dari penggunaannya secara spesifik. Kunci keberhasilan dari sebuah desain produk adalah mengerti secara menyeluruh terkait user, karena mereka yang akan menggunakan produk tersebut.

Salah satu tantangan utama yang menghambat UMKM dalam pengembangan desain produk adalah kurangnya pengetahuan dan keterbatasan sumber daya. Di desa kroman sendiri tidak memiliki akses ke sumber daya manusia yang memiliki keahlian dalam desain produk atau teknologi terbaru yang dapat membantu meningkatkan kualitas produk mereka. Selain itu, mereka mungkin terbatas dalam peralatan dan infrastruktur yang diperlukan untuk mengembangkan desain produk yang inovatif. Keterbatasan modal juga dapat menjadi kendala, karena pengembangan desain produk sering memerlukan investasi dalam riset, pengembangan, dan prototipe.

Kewirausahaan adalah kemampuan berusaha, mengelola Perusahaan yang dapat menciptakan lapangan kerja melalui kegiatan kreatif, inovatif, dan terorganisir. Dalam menciptakan produk baru dan pasar baru disertai keberanian mengambil resiko atas hasil ciptaannya dan melaksanakannya secara terbaik (ulet, gigih, tekun, progresif, dan pantang menyerah) sehingga nilai tambah yang diharapkan dapat dicapai.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam studi ini difokuskan pada bantuan dan bimbingan yang kami berikan kepada pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kroman untuk meningkatkan kualitas kemasan produk mereka. Proses ini melibatkan beberapa tahap kunci yang akan dijelaskan secara lebih rinci di bawah ini.

- a) Identifikasi serta seleksi UMKM: dimulai dengan mengidentifikasi UMKM di Desa Kroman yang membutuhkan bantuan dalam meningkatkan kemasan produk mereka. Seleksi dilakukan berdasarkan kriteria tertentu. Seperti potensi produk, kebutuhan pengembangan kemasan, dan kesediaan pemilik UMKM untuk berpartisipasi dalam penelitian.
- b) Tahap awal wawancara: Kami melakukan wawancara pertama dengan pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dipilih untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam mengenai hambatan yang mereka hadapi terkait dengan pengemasan produk mereka.
- c) Perancangan strategi kemasan: Kami bersama dengan pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) berkolaborasi dalam merancang strategi perbaikan pengemasan produk. Langkah ini mencakup pemilihan jenis pengemasan yang lebih optimal dan lebih menarik.
- d) Pelatihan dan panduan: Kami memberikan pelatihan dan panduan kepada pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terkait dengan perubahan dalam pengemasan yang telah direncanakan.
- e) Penyusunan laporan: Temuan dan analisis hasil kami telah dihimpun dalam sebuah laporan yang mencakup aspek temuan utama, rekomendasi, serta pelajaran yang dapat

dipetik.

Metode ini memprioritaskan kerja sama aktif antara sektor industri dan pemilik Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), dengan peran kami sebagai fasilitator dan pembimbing dalam upaya untuk meningkatkan pengemasan produk.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam persiapan ini, Langkah pertama adalah mengidentifikasi "Otak-otak Bandeng" sebagai salah satu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Desa Kroman yang memiliki potensi untuk mendapatkan manfaat dari perbaikan pengemasan produk. Informasi tentang "Otak-otak Bandeng" diperoleh melalui serangkaian interaksi dengan komunitas desa. Kami secara aktif berkomunikasi dengan warga desa setempat untuk mencari tahu tentang usaha-usaha lokal yang mungkin memerlukan bantuan dalam meningkatkan identitas merek dan pengemasan produk mereka.

Pada hari Jum'at, tanggal 25 Agustus 2023, kami menjalankan program kerja Prodi Teknik Industri dengan pendekatan yang melibatkan kunjungan langsung ke rumah UMKM yang berlokasi di Desa Kroman. Salah satu dari UMKM yang kami kunjungi adalah usaha milik Bapak Muri yang berfokus pada produksi otak-otak bandeng. Kegiatan kunjungan ini bertujuan untuk mendalami dan merancang ulang desain produk otak-otak bandeng yang dimiliki oleh Bapak Muri, dengan tujuan agar produk tersebut dapat memiliki daya tarik yang lebih kuat dan memberikan kesan yang lebih mengesankan bagi konsumen.

Kesimpulan dari data persiapan ini adalah bahwa otak-otak bandeng memiliki potensi besar untuk memperkuat identitas mereknya melalui perubahan dalam desain kemasan produk. Oleh karena itu, langkah selanjutnya adalah memberikan penyuluhan kepada pemilik UMKM ini tentang pentingnya meningkatkan kualitas kemasan mereka.

Setelah Langkah persiapan yang mencakup identifikasi "otak-otak bandeng" sebagai kadidat yang memerlukan perbaikan kemasan produk, kami melanjutkan dengan tahanan penyuluhan terhadap pemilik UMKM ini. Proses penyuluhan ini bertujuan untuk mengedukasi bapak muri, pemilik otak-otak bandeng tentang pentingnya perbaikan desain kemasan produk dalam membangun dan menarik pelanggan.

Penjelasan mengenai pentingnya desain kemasan adalah langkah awal yang kritis dalam sesi penyuluhan kepada Bapak Muri, pemilik "Otak-otak Bandeng." Kami memberikan penjelasan yang komprehensif mengenai bagaimana desain kemasan produk memiliki peran yang sangat signifikan dalam memengaruhi persepsi pelanggan terhadap produk. Kami merinci betapa desain kemasan yang menarik secara visual memiliki kemampuan untuk menarik perhatian pelanggan potensial. Ketika produk "Otak-otak Bandeng" memiliki kemasan yang menarik, pelanggan cenderung lebih tertarik untuk mengamati lebih dekat, mencoba, dan membeli produk tersebut.

Kami ingin menekankan bahwa dalam era persaingan yang semakin ketat, memiliki desain kemasan yang menonjol dapat menjadi faktor penentu keberhasilan dalam mempertahankan daya tarik pasar. Desain kemasan yang mencolok dapat menarik perhatian konsumen, membuat produk lebih mudah diingat, dan membedakan merek Anda dari pesaing. Oleh karena itu, penting bagi pemilik UMKM untuk menginvestasikan waktu dan sumberdaya

dalam meningkatkan desain kemasan mereka sebagai salah satu strategi untuk memenangkan persaingan di pasar yang kompetitif ini.

Kami menyediakan contoh desain kemasan dari produk sejenis atau produk yang telah sukses di pasaran. Hal ini dilakukan dengan tujuan memberikan inspirasi kepada Bapak Muri dalam pengembangan desain kemasan produknya.

Dampak dari penyuluhan mengenai desain kemasan produk ini adalah Bapak Muri sekarang lebih menyadari pentingnya memiliki kemasan produk yang menarik. Selain itu, ia juga memiliki pemahaman yang lebih baik tentang tindakan konkret yang perlu diambil untuk meningkatkan desain kemasan produk otak-otak bandeng di masa depan.

Setelah mendapatkan penyuluhan mengenai desain kemasan produk, Bapak Muri sebagai pemilik otak-otak bandeng, dengan panduan kami, memutuskan untuk menerapkan perubahan dalam desain kemasan produknya. Perubahan yang paling mencolok adalah transformasi visual pada kemasan produk. Kemasan yang sebelumnya sederhana dan monoton telah mengalami perubahan sehingga terlihat lebih eksklusif dan berkelas.



Menurut Bagas Prastyowibowo Desain produk adalah salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan sebagainya (Prastyowibowo, 1999, hlm. 5)

Desain produk merupakan wawasan mendalam tentang desain kemasan produk dengan fokus pada pola-pola desain yang dapat digunakan dalam berbagai jenis produk. Roth menjelaskan bagaimana memilih warna, tekstur, bentuk, dan elemen grafis untuk menciptakan kemasan yang menarik dan efektif

Upaya perbaikan yang telah dilakukan terhadap kemasan produk otak-otak bandeng di Desa Kroman, dengan fokus pada perbaikan desain. Langkah-langkah perbaikan tersebut dimulai dari pemahaman akan pentingnya desain kemasan dalam membangun identitas merek dan menarik perhatian pelanggan. Perubahan dalam kemasan produk otak-otak bandeng telah membawa sejumlah manfaat dan keuntungan yang signifikan. Salah satunya adalah peningkatan citra merek yang terlihat lebih kuat dan profesional. Dengan desain kemasan yang lebih menarik, produk dapat lebih dikenal dan dihargai oleh pelanggan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Fokus utama dari perubahan ini adalah membangun identitas merek yang kuat dan menarik perhatian pelanggan. Hasil dari perubahan kemasan otak-otak bandeng mencakup desain yang lebih menarik secara visual. Otak-otak bandeng adalah contoh konkret bagaimana perubahan dalam desain kemasan produk dapat menghasilkan dampak positif yang signifikan bagi bisnis lokal dan ekonomi desa secara keseluruhan. Hal ini merupakan langkah awal dalam membangun identitas merek lokal yang kuat dan berkelanjutan, yang dapat menjadi model bagi UMKM lainnya untuk tumbuh dan bersaing di pasar yang lebih luas. Perubahan dalam desain kemasan otak-otak bandeng adalah sebuah kisah sukses yang dapat menginspirasi upaya serupa di komunitas lain untuk memajukan bisnis lokal dan membangun merek lokal yang kuat.

### Saran

Langkah-langkah untuk meningkatkan efektivitas UMKM

- 1) Melanjutkan pendekatan kolaboratif dengan UMKM lokal: Dalam upaya meningkatkan kualitas kemasan produk, teruskan kerja sama aktif dengan pemilik UMKM lokal. Berikan bantuan dan bimbingan secara berkelanjutan untuk memastikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kemasan produk dan inovasi.
- 2) Kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan sumber daya eksternal: Upayakan kerja sama dengan lembaga pendidikan atau pihak eksternal yang memiliki keahlian dalam desain produk, teknologi terbaru, dan riset pasar. Ini dapat membantu mengatasi keterbatasan sumber daya dan meningkatkan inovasi.
- 3) Pengembangan jaringan dan promosi lokal: Bantu UMKM dalam membangun jaringan lokal dan strategi promosi untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan produk mereka di tingkat lokal dan regional.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan efektivitas kegiatan dalam meningkatkan kualitas kemasan produk UMKM di masa depan dapat terus ditingkatkan, mendukung pertumbuhan bisnis lokal, dan memberikan manfaat bagi ekonomi desa secara keseluruhan.

### DAFTAR PUSAKA

- Agusta, Y. N. (2014). Hubungan Antara Orientasi Masa Depan dan Daya Juang Terhadap Kesiapan Kerja Pada Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik di Universitas Mulawarman, *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2(3), Article 3. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v2i3.3653>
- Badri, R. E., Pratisti, C., & Putri, A. S. (2022). Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik UMKM Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri. *PaKMas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.54259/pakmas.v2i2.1268>
- Utami, D. P. (2021). Strategi Branding Untuk Membangun Image Positif Pangan Lokal Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah. *Journal of Technology and Agroindustry*. 3(1).

Article 1. <https://doi.org/10.24929/jfta.v3i1.1208>

Aditya, S., Agachi, R., Aqilah, D., Nugroho, R. D., Mulyani, E., Widiharti, A. R. R., & Sukaris. (2024). Pembuatan Minuman Teh Herbal ” Jelang Tea ” Sebagai Inspirasi Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Kampung Siba Klasik Dan Sebagai Peningkat Immunitas Tubuh. *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 87–95.

Nissa, I., Nengseh, S. W., Cahyaningrum, K., C.P, V. P., Utami, D. R., Rahi, A. R., Widiharti, & Sukaris. (2024). Peduli Sehat Sukodono Dengan Medical Check Up Dan Konseling (Tekanan Darah, Gula Darah Dan Asam Urat). *DedikasiMU (Journal of Community Service)*, 6(1), 96–104.